الــرأى الـعــام

أ . د . مختار التهامى
كلية الإعلام – جامعة القاهرة

أ . د . عاطف عدلى العبد
مدير مركز بحوث الرأى العام
كلية الإعلام ـ جامعة القاهرة

(٢٠٠) الــرأى الـعــام (٣)

المحتــويات

مداخلات تكنولوجيا التعليم

أ.د. مصطفى عبد السميع

كيف نتناول محتوى هذا المقرر

إليك أيها الدارس.... هذه الإرشادات.. فاحرص على قراءتها بدقة لتسهم فى نمو تحصيلك الدراسى:

١- يتم تدريس هذا المحتوى من خلال الكتاب الدراسى الذى تقتنيه.

٢- يتم التدريس أيضاً باستخدام أحد الوسائط التعليمية الخاصة بالتعلم الذاتى، وهى:

(أ) شريط ڤيديو مُجمع يحتوى على تحليل للمقرر كله ، وملخص له، بالإضافة إلى توجيهك إلى حلول المشكلات الواردة ضمن هذا المقرر، أو حلها كاملة أو أجزاء منها.

(ب) ستة (٦) شرائط ڤيديو ، موزع عليها وحدات المقرر؛ لكى تتناول هذا المقرر أكثر تفصيلاً وتحليلاً، وهى تبث من خلال القناة الفضائية.

٣- يتم عمل لقاءات فترية مع أستاذ المادة كل أسبوعين ، فكن مستعداً دائماً لها، بما لديك من مشكلات تخص هذا المقرر، وبالاستفسار الموضوعى عما تريد منه فى إطار محتوى هذا المقرر.

٤- عليك القيام ببعض المناشط التعليمية المرتبطة بالمقرر لتيسر عملية التعلم، وتزيد من نواتجه الإيجابية التى تشعر بها مع كل موقف تعليمى تعلمى مرتبط بكل نشاط تقوم به، وعليك اتباع الآتى:

- اقرأ الأهداف السلوكية بعناية.. حتى تدرك المطلوب منك ...
- اقرأ المحتوى المرتبط بكل شريط من الشرائط الستة ، وحاول الإجابة عن أسئلة كل وحدة.

- أعد قائمة بالنقاط التى لم تستطع استيعابها للتركيز عليها عند مشاهدة الشريط ، أو عند لقاء أستاذ المادة ، أو مناقشة زملائك.

- استعن بمكتبة المركز، وقاعات المشاهدة ، ومكتبة الجامعة فى القيام بالأنشطة المصاحبة لدراسة هذا المقرر من خلال الاستشهاد بأمثلة من المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، التى تصدر عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام.

- اكتب إجابتك عن الأسئلة فى كراستك، وتأكد منها ومن طريقة الحل من أستاذ المادة ، للوصول إلى الإجابة النموذجية.

- فى نهاية كل وحدة ملخص لها، بالإضافة إلى التكليفات والمناشط التى ستقوم بها، وبعض المراجع المرتبطة بالوحدة ، كل هذا ليسهل لك عملية التعلم ويثبته.

- يجب عليك ألا تنتقل فى دراستك من وحدة إلى أخرى إلا بعد التأكد من فهمك لدراسة الوحدة التى تشاهدها ، وإجابتك عن الأسئلة بمفردك وتعزيز ذلك بمراجعة حلولها ، بالإضافة إلى قيامك بالمناشط الخاصة ، خير دليل على فهمك لمحتوى الوحدة.

وفقك الله

مقــدمــة

بقلم أ.د. مختار التهامى

يهدف هذا الكتاب إلى مد طالب الإعلام بالقدر المناسب من المعرفة والإلمام بما هو الرأى العام وكيف يتكون وأهميته وطرق قياسه، والشروط الأساسية لبلورة رأى عام قوى فعال.

كما يعنى الكتاب بدراسة الأساليب المستخدمة للتأثير فى الرأى العام، ومحاولة الهيمنة عليه، وأسانيدها من العلم والدراسة لطبيعة الإنسان: كيف يفكر ودوافع سلوكه وحوافز تصرفاته، كيف يكون رأيه حول القضايا المصيرية المهمة، وكيف يمكن تغيير هذا الرأى إن أمكن ذلك دون أن يتطرق الشك إلى القوى التى تحاول السيطرة على عقول البشر لتحقيق مصالحها الأساسية التى قد لا تكون المصلحة العامة هى هدفها وغايتها.

والكتاب ، إذ يكشف أساليب ووسائل القوى التى تحاول الهيمنة على عقول البشر وحياتهم، إنما يرمى إلى تحقيق غايته الأساسية وهى توعية رجال الإعلام، ومن يعدون أنفسهم للقيام بهذه المهمة الخطيرة البالغة المشقة بمهامهم نحو شعوبهم، ونحو الإنسانية عامة فى عالم تتنازعه المطامع والطموحات غير الإنسانية التى لا سبيل إلى مقاومتها إلا بالوعى السليم القائم على التسلح المستمر بالعلم والقيم، وبالثقافة الواسعة.

وغنى عن التعريف أن الوصول إلى هذا الهدف يتطلب توافر جو كامل من الحرية التى من شأنها أن تتيح لكل إنسان أن يفكر وأن يعبر عن رأيه دون عوائق ولا خوف. فمقارعة الرأى بالرأى هى أساس الوصول إلى الحقيقة أو ما يقرب منها ، وهى أساس تكوين رأى عام قوى وسليم يصعب تضليله أو اختراقه.

ذلك أن الرأى العام إنما يتكون عبر مجموعة من العمليات الاتصالية يمكن حصرها على النحو التالى، ولعل هذا الحصر أن يبين ، بل أن يؤكد ، جو الحرية الذى ينبغى توافره لإتمامها:

١- وقوع حدث مهم له صلة وثيقة بمصالح غالبية أعضاء المجتمع أو إحدى جماعاته أو يمس معتقداتهم وقيمهم أو مشاعرهم الإنسانية الأساسية.

وعادة ما يكون مصدر معلومات الفرد حول هذا الحدث إما أجهزة الإعلام الجماهيرية أو الاتصال المواجهى المباشر من خلال ممارسة الفرد لأنشطته اليومية كعضو فى جماعات المجتمع المختلفة ابتداءً من الأسرة إلى القهوة أو النادى إلى العمل إلى النقابة إلى المسجد أو الكنيسة... إلخ.

٢- تفاعل أفراد المجتمع مع الحدث بقدر أهميته لهم من خلال تبادل وجهات النظر حوله . ويلعب قادة الرأى دوراً مهمًا فى توجيه المناقشات من خلال صفحات الصحف (كتابة الافتتاحية والمقال والعمود) أو ميكروفون الإذاعة أو شاشة التليفزيون (المعلقون والمتحدثون والمذيعون ذوو المكانة لدى الجمهور) إضافة إلى تجنيد كتاب السيناريو ومعدى البرامج والمصورين والمخرجين أحياناً.

يضاف إلى ذلك دور الاتصال المواجهى المباشر ؛ حيث يلعب قادة الرأى أيضاً، سواء منهم المنظمون المنتمون إلى حزب أو نقابة أو جمعية أو جماعة معينة أو قادة الرأى التلقائيون الذين يفرزهم المجتمع دون تنظيم أو إعداد سابق، يلعب هؤلاء جميعاً دوراً مهمًا فى عرض وجهات النظر وتوجيه وإثارة المناقشات حول القضية التى تشغل بال أعضاء المجتمع أو الجماعة المعينة ويرغبون فى الاستزادة من معلوماتهم حولها وتبين وجهات النظر المختلفة تجاهها.

٣- من حصيلة هذه المناقشات والحوارات كلها ، والتى قد تبلغ حد التصادم أحياناً، والتى تديرها أجهزة الإعلام أو تنبع عن الاتصال المباشر فقط أو كليهما ، يتبلور رأى ظاهر وغالب على كل الآراء وهو فى الوقت نفسه حصيلة احتكاك هذه الآراء جميعاً وتفاعلها. وهذا الرأى الغالب (رأى الأغلبية) هو ما يطلق عليه اصطلاحاً الرأى العام.

مما تقدم يتضح أن تكوين الرأى العام يحتاج إلى توافر قدر وافر من الحريات وضماناتها . وقد حددتها مواثيق الأمم المتحدة فيما يلى:

(أ) حرية التفكير والاعتقاد.

(ب) حرية التعبير بكل طرقه وأساليبه.

(ج) حرية تبادل الآراء والأفكار ونشرها.

(د) حرية الاجتماع والاتصال والتنقل تمكيناً لحرية التعبير وتبادل الآراء.

وغنى عن البيان أن ضمانات هذه الحريات لا تتوافر إلا بتوافر شرطها الأساسى وهو قيام المجتمع الديمقراطى السليم.

فبقدر قدرة المجتمع على صيانة الديمقراطية بقدر ازدهار الرأى العام وقوته وفعاليته.

ولقد عنى الميثاق العالمى لحقوق الإنسان الذى أصدرته الأمم المتحدة عام ١٩٥٢ على تأكيد حق كل إنسان فى حرية التفكير، وعلى حرية التنقل (المادة ١٣ الفقرة الأولى).

كما نصت المادة ١٩ على حرية الرأى والتعبير قائلة:

"لكل شخص الحق فى حرية الرأى والتعبير. ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أى تدخل، واستقاء وتلقى وإذاعة الأنباء والأفكار دون تقيد بالحدود الجغرافية وبأية وسيلة كانت".

كما نصت المادة ٢٠ فى فقرتها الأولى على ما يلى:

(أ) "لكل شخص الحق فى حرية الاشتراك فى الجمعيات والاجتماعات السلمية".

(ب) لا يجوز إرغام أحد على الانضمام إلى جمعية ما.

كما نص المعهد الدولى الخاص بالحقوق المدنية والسياسية فى الفقرة الأولى من المادة ٩ على ما يلى:

"لكل فرد الحق فى الحرية والسلامة الشخصية. ولا يجوز القبض على أحد أو إيقافه بشكل تعسفى. كما لا يجوز حرمان أحد من حريته على غير أساس من القانون وطبقاً للإجراءات المقررة فيه".

ولعل من الأمور ذات المغزى تاريخياً أن أول استخدام لمصطلح أو تعبير "الرأى العام" كان فى خضم الثورة الفرنسية التى كان لها فضل إعلان حقوق المواطن الفرنسى فى أواخر القرن الثامن عشر بعد تحرره من هيمنة قوى الإقطاع.

ولا يعنى هذا أن ظاهرة الرأى العام لم تكن محسوسة قبل ذلك ، فمما لا شك فيه أن هذه الظاهرة قد صاحبت قيام المجتمعات البشرية منذ قديم الأزل وإن تباينت قوة وضعفاً، ازدهاراً وخفوتاً بين فترة تاريخية وأخرى ، وهو ما تشرحه بعض مادة هذا الكتاب ، الذى سوف يجد أبناؤنا فى بحوثه المختلفة ، وما تنشره المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، التى تصدر عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة ، تفصيل ما أشرنا إليه فى هذه المقدمة ، والذى نرجو أن يكون حافزاً لهم على مزيد من الاطلاع والتعمق فى موضوع الرأى العام والدعاية والإعلام والموضوعات المتصلة به.

وما التوفيق إلا من عند الله..

الباب الأول

الأسس النظرية لدراسة الرأى العام

أ.د. مختــار التهــامى

الوحدة الأولى

الرأى العام
نشأته - أهميته - تعريفاته - أنواعه

الأهداف :

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١- يقارن بين الرأي العام فى المجتمعات القديمة ومجتمعنا الحديث المعاصر.

٢- يقسم أنواع الرأى العام إلى ثلاثة تقسيمات على الأقل .

٣- يُعرف الرأى العام فى الدولة الحديثة .

٤- يُعرف الرأى العام الإقليمى .

٥- يحدد خمسة مقومات ، على الأقل ، للرأى العام الإقليمى .

٦- يعرف الرأى العام العالمى .

٧- يذكر ستة أحداث عالمية أثرت فى نمو الرأى العام العالمى وتطوره .

٨- يُعرف الرأى العام النوعى .

٩- يفرق بين كل من الرأى العام الإقليمى والعربى والعالمى والنوعى .

العناصر :

١/١ الرأى العام فى المجتمعات القديمة .

٢/١ الرأى العام فى مجتمعنا الحديث المعاصر .

٣/١ تعريفات الرأي العام .

١/٤ تقسيمات الرأى العام :

١/٤/١ التقسيم حسب قوة التأثير .

٢/٤/١ التقسيم حسب النظم السياسية المسيطرة على الحكم فى المجتمع الحديث .

٣/٤/١ التقسيم حسب النطاق الجغرافى السياسى :

١/٣/٤/١ الرأى العام فى الدولة الحديثة .

٢/٣/٤/١ الرأى العام الإقليمى .

١/٢/٣/٤/١ مقومات الرأى العام الإقليمى .

٢/٢/٣/٤/١ الرأى العام العربى .

٣/٣/٤/١ الرأى العام العالمى .

١/٣/٣/٤/١ نشأة الرأى العام العالمى حول قضية الحرب والسلام .

٢/٣/٣/٤/١ الأحداث العالمية التى أثرت فى نمو الرأى العام العالمى وتطوره.

٣/٣/٣/٤/١ الرأى العام العالمى ودعم قوى السلام ونبذ العدوان .

٤/٣/٤/١ الرأى العام النوعى .

المفاهيم المتضمنة :

- الرأى العام الوطنى أو القطرى.
- الرأى العام الإقليمى.
- الرأى العام العالمى .
- الرأى العام النوعى .

الوحدة الأولى

الـرأى العــام

نشأته ـ أهميته ـ تعريفاته ـ أنواعه

مقدمة:

شاع استخدام تعبير الرأى العام بمدلوله الحديث فى خضم الثورة الفرنسية ولا عجب فى ذلك، فالثورة الفرنسية – كسائر الثورات الكبرى – ليست سوى لون من ألوان التعبير عن الرأى العام.

على أن الرأى العام كان قائماً – بصورة أو أخرى – على مر العصور، فالرأى العام مرتبط بالمجتمع الإنسانى النامى أينما وجد. ولا شك أن أحداثاً ضخمة فى تاريخ البشرية ما كان لها أن تتحقق وتحدث لولا إجماع كلمة الجماهير.

١/١ الرأى العام فى المجتمعات القديمة:

فى المجتمعات القديمة ، عرفت مدن اليونان المستقلة (الدولة المدينة) الرأى العام، واختبرت سطوته ونفوذه قروناً عديدة قبل ميلاد السيد المسيح، فقد كان الرأى العام هو الحاكم الفعلى والمسيطر المطلق على كل أوجه النشاط فى المدينة.

ففى تلك المدن اليونانية القديمة ، كانت السيادة المطلقة لهيئة المواطنين مجتمعين، أو بمعنى آخر: لكافة سكان المدينة والريف المحيط بها باستثناء العبيد والأطفال والنساء.

وكانت هذه الهيئة أو الجمعية تمثل فى الوقت نفسه ما يعرف اليوم بالبرلمان والحكومة والقضاء، أو السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية والسلطة القضائية جميعاً.

وكانت القرارات فى اجتماع جمعية المواطنين تتخذ بأغلبية أصوات المواطنين

الحاضرين. ولم تترك جمعية المواطنين ميداناً إلا طرقته، فهى التى كانت تختار قادة الجيش والموظفين، وهى التى كانت تعلن الحرب وتعقد المعاهدات، وتأمر بإقامة الاحتفالات العامة، وتسن القوانين وتفرض الضرائب، وتحكم فى القضايا المدنية والجنائية، وتصدر الأحكام أحياناً دون محاكمة، لا راد لقراراتها ولا معقب عليها [١].

كانت سلطة الجمعية كاملة ومطلقة، وكما قال أرسطو «كانت تفعل ما تشاء» لا يحكمها سوى صوت الأغلبية: صوت الرأى العام.

ولم تكن الديمقراطية اليونانية تعرف الأحزاب ، وإنما كان من حق كل مواطن أن يتكلم ويبدى رأيه، وإن وقع العبء الأكبر فى الكلام والمناقشة على طائفة الخطباء، وهم طائفة من بلغاء القوم كانوا يكرسون حياتهم للسياسة ، إما رغبة فى الخدمة العامة أو إرضاء لطموحهم أو سعياً وراء منفعة شخصية.

فكان كل خطيب منهم يدافع عن وجهة نظره ويحاول الحصول على موافقة أغلبية المواطنين. وقد جاوز تعداد المواطنين فى بعض المدن اليونانية - وبخاصة فى أثينا - الأربعين ألفاً من البشر. وكانت اجتماعاتهم تجرى فى الهواء الطلق فى الصباح الباكر عادة، ويحضرها ما لا يقل عن خمسة أو ستة آلاف مواطن، وكانت تتسم بالنظام وإن لم تخل أحياناً من احتدام الآراء والعواطف[٢].

٢/١ الرأى العام فى مجتمعنا الحديث المعاصر:

ويمكن أن نقول بحق إن الرأى العام - وهو، كما شهدنا، غرس ديمقراطى بطبيعته - لم يسترد نفوذه وسيطرته منذ وأدته فتوح الإسكندر المقدونى - مع استثناء فترات تاريخية قصيرة فى صدر الإسلام - إلا فى عصرنا الحديث والمعاصر بصفة خاصة.

فلقد أصبح الرأى العام قوة كبيرة فى مجتمعنا الدولى الحديث، وذلك نتيجة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، لهذا المجتمع، ولتقدم العلم والتكنولوچيا وخاصة تكنولوچيا الاتصال. ولم يعد فى استطاعة أى حكومة من

الحكومات اليوم الاستمرار فى الحكم دون الحصول على الحد الأدنى من موافقة الجماهير.

وقد ضاعف من تأثير هذه القوة التجمعات الجماهيرية الكبيرة فى المدن التى شهدها العالم منذ قيام الثورة الصناعية، وانتشار النظم الديمقراطية، والتوسع فى حق الانتخاب، وتحرير المرأة والعبيد، وانتشار التعليم، وتطور الطباعة، وظهور التلغراف والتليفون، واختراع آلات التصوير. وقد دعم ذلك التقدم العظيم فى وسائل المواصلات والاتصال ظهور أجهزة الإعلام الجماهيرية الحديثة وتطورها السريع من صحف وإذاعة وسينما وتليفزيون إلى فضائيات وإنترنت ، مما ساعد مساعدة فعالة على سرعة انتشار الأفكار والآراء وتبلورها على المستويين المحلى والعالمى المعاصر ، خاصة مع انحسار الاستعمار - إلى حد كبير - بعد الحرب العالمية الثانية وتحرر معظم شعوب آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية.

٣/١ تعريف الرأى العام :

هناك اختلاف كبير بين الكتاب والمفكرين ورجال السياسة حول تعريف الرأى العام. وهذا الاختلاف قد يصل أحياناً إلى درجة إنكار وجود الرأى العام. وسنعرض هنا لطائفة من هذه التعريفات.

فالمفكر الألمانى (تونيس) يقول: «إن الرأى العام – كرأى موحد للجماعة – أمر لا يمكن تصوره، حتى إبان كفاح الشعوب عن كيانها وحياتها، إذ الشجاعة فى أفراد الشعب الواحد متباينة، والرغبة فى الحياة ليست واحدة، كذلك تختلف أهداف الجماعات فى الشعب الواحد وأغراضها».

ويستطرد (تونيس)، قائلاً: «إن الحكومات الذكية الحكيمة هى التى تحاول دائماً أن توحد الرغبة بين أفراد الشعب الواحد وجماعاته ، مما قد تستطيع هذه الحكومات تحقيقه لوقت محدد، وخاصة أثناء الحروب الوطنية الحاسمة بشرط أن تكون حيوية الشعب قوية سليمة غير عليلة».

ويقول: (دوفيفات) مدير معهد الصحافة بجامعة برلين: «إن الرأى العام – كوحدة أو كدرب واحد لخط سير الجماعة بأكملها – لا وجود له، غير إن هناك رأياً ظاهراً من بين آراء الجميع، رأياً غالباً على ما حوله من آراء، أما أن يقال إن هناك رأياً عاماً واحداً يعبر عن عقيدة وإرادة الجماعة كلها ويقره كل فرد فيها فهذا ما لا وجود له».

ويقول الفيلسوف: (فيلاند): «الرأى العام ليس رأى الشعب بأكمله. بل يصح أن نعتبره رأى طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب الأخرى».

ويرى (بنتشلى) أستاذ القانون الدولى: «أن رأى الطبقة المتوسطة فى الشعوب هو الرأى الغالب، وهو فى العادة المتفوق على رأى غيره من الطبقات فى الشعب».

ويعرف المؤرخ الألمانى (رانكا) الرأى العام بأنه «أقرب تعبير عن الحركات أو التيارات الداخلية غير الظاهرة فى الحياة العامة».

ويقول السياسى الألمانى الكبير (بسمارك): «يتكون الرأى العام الحقيقى فى باطن حياة الشعب، وتكونه عناصر سياسية ودينية واجتماعية».

ويقول أيضاً: «إن الرأى العام هو التيار اليومى الذى يغلب صوته صوت الآخرين فى الصحافة وجلسات البرلمان».

ويقول الأستاذ (البج) أستاذ الرأى العام الأمريكى: «إن الرأى العام ينتج عن تفاعل أفكار الأفراد فى أى شكل من أشكال الجماعة».

أما (بلرمر) فيقول: «إن كثيراً من التفاعل الذى يتكون خلاله الرأى العام يحدث نتيجة لتضارب آراء الجماعة وأوضاعها».

٤/١ تقسيم الرأى العام:

هناك تقسيمات متنوعة للرأى العام ، نذكر بعضاً منها فيما يلى:

١/٤/١ التقسيم حسب قوة التأثير:

حيث يقسم الرأى العام إلى ثلاث فئات ، هى:

(أ) الرأى العام القائد ، وبقصد به الفئة المثقفة الواعية التى ينقاد إليها الرأى العام فى المجتمع.

(ب) والرأى العام المتعلم ، ويتكون من الفئة التى تقرأ وتستوعب المعلومات والآراء وهى فئة وسط تتأثر كثيراً بآراء الفئة الأولى وتنقلها إلى الفئة التالية.

(جـ) والرأى العام المنقاد ، ويتكون من السواد الأعظم من الشعب.

وهذا التقسيم كان يأخذ به أستاذنا الكبير الدكتور محمود عزمى ويدرسه لطلاب الصحافة بجامعة القاهرة فى الأربعينيات وأوائل الخمسينيات من القرن الماضى.

٢/٤/١ التقسيم حسب النظم السياسية المسيطرة على الحكم فى المجتمع الحديث:

وهنا يقسم الرأى العام إلى نوعين:

(أ) رأى عام ظاهر فى الدول الديمقراطية.

(ب) ورأى عام باطن أو كامن فى الدول التى تفتقد إلى الديمقراطية.

٣/٤/١ التقسيم حسب النطاق الجغرافى السياسى:

حيث يقسم الرأى العام إلى:

(أ) رأى عام قومى أو وطنى ، ينبع عن مواطنى دولة واحدة ، أو وطن واحد ذى حدود جغرافية محددة.

(ب) ورأى عام إقليمى ، ويشمل الرأى السائد بين مواطنى دول متجاورة جغرافياً فى القضايا المشتركة بينهم.

(جـ) ورأى عام عالمى ، ويشمل الرأى السائد بين مواطنى العالم أجمع بالنسبة للقضايا التى تمس مصالح شعوب العالم.

وقد أضاف كاتب هذه السطور تقسيماً جغرافياً رابعاً للرأى العام ، هو:

(د) التقسيم النوعى الجغرافى لبعض الفئات الاجتماعية ، سواء على المستوى القومى أو الإقليمى أو العالمى ذات المصالح الفئوية الخاصة فيما يتعلق بالقضايا التى تمس هذه المصالح فقط.

وقد أخذنا فى هذا الكتاب بالتقسيم الجغرافى ؛ حيث إنه أكثر التقسيمات المناسبة لأوضاع مجتمعنا الدولى الحديث ، وهو فى الوقت نفسه لا يلغى التقسيمات الأخرى للرأى العام التى ذكرناها آنفا. ونقدم فى الصفحات التالية شرحاً لفئات هذا التقسيم الجغرافى.

١/٣/٤/١ الرأى العام فى الدولة الحديثة: ونقصد بهذه التسمية الرأى العام السائد بين غالبية جموع المواطنين فى الدولة الحديثة. ويطلق عليه ـ عادة ـ الرأى العام القومى أو القطرى أو الوطنى.

ونظراً للاختلافات الكثيرة فى تعريفات الرأى العام ، والتى سقنا طرفاً منها فيما سبق، والتى تنبع من الاختلافات فى وجهات النظر الاجتماعية والسياسية للجماهير، فقد حاولنا ، من جانبنا ، أن نضع تعريفاً جديداً للرأى العام ينبع من إيماننا بأن الجماهير هى القوة المحركة الحقيقية فى المجتمعات الحديثة لو أتيح لها القدر الكافى من التوعية (٣).

وهذا نص التعريف الذى وضعناه للرأى العام فى الدولة الحديثة:

«الرأى العام هو الرأى السائد بين أغلبية الشعب الواعية فى فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً».

وزيادة فى الإيضاح، نقدم التفسير التالى لفقرات هذا التعريف:

ـ الرأى السائد بين أغلبية الشعب:

والمقصود بهذا أن الرأى العام الذى ينبغى أن يؤخذ فى الاعتبار هو رأى الأغلبية. ولن يقلل من أهمية هذا الرأى وجود آراء مخالفة، لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية.

ـ الواعية:

نعنى بذلك إبراز دور وسائل الإعلام والتوعية والتنظيمات السياسية الشعبية فى إلقاء الأضواء على المسائل العامة التى ينبغى أن يلم بها الشعب إلماماً صحيحاً. أو التى قد لا يدركها الشعب بسبب الجهل أو قصور الوعى لنقص وسائل الإعلام والتوعية، ذلك أن من لا علم له لا رأى سديد له. بل هو يجنح أحياناً إلى التعصب والتطرف القائميْن على الوهم وتصور أشياء لا نصيب لها من الحقيقة.

ـ فى فترة معينة:

إذ إن لكل مشكلة أو حدث أو وضع معين ظروفه المحددة بزمن وقوعه ، سواء أكانت ظروفاً سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية... إلخ. وقد تتغير هذه الظروف بمرور الوقت.

ـ بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش:

أما ضرورة احتدام الجدل والنقاش، فذلك لأن الجدل من شأنه تقليب أوجه المسألة المثارة ، والوصول إلى الحقيقة فيها على أساس التفكير السليم الذى هو أساس تكوين الرأى ، لا على أساس انفعالات وأحاسيس طارئة غير مدروسة.

ـ وتمس مصالح هذه الأغلبية:

المقصود بذلك إبراز جانب المصلحة المشتركة فى القضية المثارة بحيث تحظ باهتمام الجماهير.

ـ أو قيمها الإنسانية الأساسية:

هناك بعض القضايا التى قد لا تمس مصالح الجماهير المادية مساً مباشراً أو مساً ظاهراً، ولكنها تحظى باهتمام الرأى العام لطابعها الإنسانى العام الذى لا يمكن إغفاله أو التغاضى عنه، ومن ذلك مثلاً قضايا التمييز العنصرى والاضطهاد العقائدى والإبادة الجماعية والعدوان على الشعوب وحقوق الإنسان بصفة عامة.

١/٤/٣/٢ الرأى العام الإقليمى: «الرأى العام الإقليمى هو الرأى السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً فى فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً».

١/٤/٣/٢/١ مقومات الرأى العام الإقليمى: إذا بحثنا فى مقومات الرأى العام الإقليمى ، فإننا نجد أنها تكاد تنحصر فى النقاط الأساسية التالية:

ـ المصلحة المشتركة ، وتأتى فى المقام الأول من الأهمية.

ـ الارتباط التاريخى.

ـ تقارب التقاليد والعادات والمعتقدات.

ـ تشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ـ وحدة اللغة والثقافة.

وبطبيعة الحال، فإن توافر هذه العوامل كلها فى مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً يساعد – بصورة أكبر – على توحيد وجهة نظرها عما لو توافرت بعض هذه العوامل دون البعض الآخر.

١/٤/٣/٢/٢ الرأى العام العربى: ونلحظ مثلاً أن التشابه الوثيق فى مقومات الرأى العام لدى الشعوب العربية يؤدى فى معظم الأحيان إلى السريان السريع للأفكار والآراء ، مما يؤدى إلى تتابع الأحداث المتماثلة فى البلاد العربية.

فثورة ٢٣ يوليو عام ١٩٥٢ فى مصر تبعتها ثورات مماثلة فى أكثر من بلد عربى انتجهت نفس خطواتها تقريباً فى المجالين الداخلى والخارجى.

وتلعب أجهزة الإعلام دوراً أساسياً فى تقارب اتجاهات الرأى العام الإقليمى وخاصة إذا توافر عامل وحدة اللغة. وأثر أجهزة الإعلام المصرية كالسينما والصحافة والكتاب والإذاعة بصفة خاصة فى الرأى العام العربى فى البلدان العربية واضح للعيان. ولطالما أقلقت أجهزة الإعلام المصرية الدوائر الاستعمارية والصهيونية، ذلك أن وجهة النظر الجماهيرية المصرية غالباً ما تجد الاستجابة السريعة الفورية للرأى العام العربى كله.

ومما لا شك فيه أن التكتلات الشعبية الإقليمية كاتحاد الصحفيين العرب، واتحاد المحامين العرب والأطباء العرب والطلبة والعمال والسينمائيين العرب.. إلخ لها هى الأخرى آثارها القوية فى التأثير على الرأى العام العربى وبلورته ولا نزال نذكر كيف وقفت كافة الشعوب العربية بشجاعة تساند مصر ضد العدوان الثلاثى عام ١٩٥٦ ، وتقطع أنابيب البترول وإمداداته عن المعتدين ، وهو الأمر الذى تكرر بصورة أكثر فعالية فى حرب أكتوبر ,١٩٧٣

والموقف الموحد الذى تقفه الشعوب العربية كافة منذ عام ١٩٤٨ تجاه العدوان على فلسطين وعلى العراق حالياً (عام ٢٠٠٣) مثل آخر على مدى ترابط الرأى العام العربى، وذلك نتيجة وحدة مقوماته الأساسية.

١/٤/٣/٣ الرأى العام العالمى: الرأى العام العالمى هو **«الرأى السائد بين أغلبية شعوب العالم فى فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش. وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً».**

وقد قصدنا بهذا التعريف أن نؤكد أن الرأى العام العالمى إنما هو رأى الشعوب لا رأى الحكومات، فطالما تباين الرأى بين الشعوب وحكوماتها. وأقـرب الأمثلة إلى ذلك معارضة شعوب العالم أجمع - بغض النظر عن موقف حكوماتها - للتجارب النووية، ولاستخدام الذرة للدمار، وللحروب العدوانية التى تورطت فيها بعض الدول الكبرى بعد الحرب العالمية الثانية ، وآخرها العدوان ضد العراق عام ٢٠٠٣,

والرأى العام العالمى - بوصفه رأى الشعوب - وثيق الصلة بالتطور الديمقراطى العالمى وبالحركات التحررية الاستقلالية، فكلما زاد عدد الشعوب المتحررة من نير الاستعمار أو الاستغلال أو الديكتاتورية، كلما زاد الرأى العام العالمى قوة وتأثيراً.

١/٣/٣/٤/١ نشأة الرأى العام العالمى حول قضية الحرب والسلام: تعتبر الحرب العالمية الأولى التى نشبت عام ١٩١٤ أول قضية يشبع الاهتمام بها بين شعوب العالم بصفة عامة. ولذلك فنحن نؤرخ لتلك الحرب على أساس أنها كانت البادرة الأولى لنشأة الرأى العام العالمى. فشعوب العالم لم تألف قبل تلك الحرب حرباً عامة تتعدى حدود الأوطان والقارات. يضاف إلى ذلك التضحيات الجسيمة التى لم يسبق لها مثيل فى الأرواح(٤). والضيق الاقتصادى الذى عانت منه كافة الشعوب خلال الحرب وبعدها، سواء منها شعوب الدول المنتصرة التى زادت رقعة مستعمراتها وشعوب الدول المنهزمة التى فقدت مستعمراتها.

وهذه السمات المشتركة كانت - فى حقيقة الأمر - عوامل لفتت نظر المواطنين العاديين فى كل بلد من بلاد العالم إلى أهمية المجتمع الدولى، وإلى مقدار تشابك المصالح وتشابهها بالنسبة لشعوب العالم قاطبة.

قضية الحرب والسلام كانت - إذن - القضية الأولى التى تبلور حولها الرأى العام العالمى، بل كانت القضية التى يرجع إليها الفضل فى خلق ما نسميه اليوم

بالرأى العام العالمى.

ومن الأهمية البالغة أن نضع هذه القضية فى حسباننا دائماً حين نبحث فى العوامل التى أثرت فى تطورات الرأى العام العالمى، وحين نتلمس مظاهر هذا التطور واتجاهاته، وحين نخاطب هذا الرأى العام العالمى.

١/٤/٣/٣/٢ الأحداث العالمية التى أثرت فى نمو الرأى العالمى وتطوره: وهناك ستة أحداث عالمية كان لها - فى اعتقادنا - أثر بالغ فى نمو الرأى العام العالمى وتطوره، وفى تحديد اتجاهاته وتبينه لطريقه، وهذه الأحداث الستة هى:

(أ) قيام الثورة البلشفية عام ١٩١٧ وانسحاب روسيا من الحرب العالمية الأولى.

(ب) إعلان الرئيس الأمريكى ويلسون لمبادئه الأربعة عشر أثناء الحرب العالمية الأولى وقيام أول منظمة عالمية لصيانة السلام (عصبة الأمم) عام ١٩١٨ بعد انتهاء تلك الحرب.

(جـ) الأزمة الاقتصادية العالمية فى الثلاثينيات من القرن العشرين.

(د) العدوان الفاشى والحرب العالمية الثانية (١٩٣٩-١٩٤٥).

(هـ) قيام الأمم المتحدة وإعلان ميثاقها باسم شعوب العالم فى نهاية تلك الحرب.

(و) مبادئ «باندونج» العشرة للتعايش السلمى التى أعلنتها شعوب العالم الثالث - ومنها الشعوب التى استقلت بعد قيام الأمم المتحدة - دعما للسلام العالمى.

وسنتناول كل حدث من هذه الأحداث بشىء من التفصيل فيما يلى، مبينين أثر كل منها على الرأى العام العالمى:

(أ) الثورة البلشفية عام ١٩١٧ وانسحاب روسيا من الحرب:

ويوضح «السردار بانيكار» فى كتابه «آسيا والاستعمار الغربى» أثر تلك الثورة على الرأى العام، وخاصة فى البلاد المستعمرة ، فيقول: جاء إعلان حقوق شعوب روسيا الذى وقعه لينين وستالين يقرر المساواة والسيادة بين شعوب روسيا وحق تلك الشعوب فى حرية تطوير الأقليات الوطنية. ولقد كان لهذا التصريح دوى هائل إذ أنصتت إليه كافة أمم آسيا المكافحة فى سبيل الحرية بأمل جديد، وكان لهذا التأكيد لحق القوميات فى تقرير مصيرها - وكذلك لحق الأقليات الجنسية فى الانفصال - أثر بالغ فى تكوين الرأى العام فى آسيا خلال ربع القرن التالى.

كما أعلن السوفييت أيضاً منذ البداية تأييدهم للكفاح فى سبيل الاستقلال فى الهند والصين وأندونيسيا والهند الصينية، ولم يكن ذلك مجرد شعار ثورى وإنما كان مبنيًا على أساس أن الاستعمار فى حد ذاته أعلى مراحل الرأسمالية، وأن تحطيمه بواسطة الحركات الوطنية البورجوازية إنما يمثل مرحلة تطور تقدمية، وعلى ذلك فهى مراحل تستحق التأييد.

وليس هناك أدنى شك فى أن الحركات الوطنية فى كل البلاد الآسيوية قد كسبت قوة أدبية مهمة بحدوث الثورة الروسية(٥).

والحقيقة أن الثورة السوفيتية قد استطاعت ، خلال أكثر من نصف قرن من حياتها بعد انتصارها فى معركة بناء الدولة الاشتراكية الأولى ، وصمودها أمام القوى المعادية للثورة، ثم أمام جحافل الغزاة النازيين، أن تشيع فى الرأى العام العالمى ، بصورة أو بأخرى ، كثيراً من القيم والأفكار الجديدة، بعد أن كانت هذه القيم والأفكار مقصورة على لفيف من الفلاسفة والمفكرين.

كما أنها قد ساعدت ، بدرجات مختلفة ، على نمو الحركات التحريرية فى جميع أنحاء العالم بغض النظر عن الدعوة الشيوعية المذهبية.

ومن جهة أخرى ، فإن ظهور المعسكر الشيوعى بعد الحرب العالمية الثانية

«كقوة كبيرة يتزايد وزنها المادى والمعنوى يوماً بعد يوم فى مواجهة المعسكر الرأسمالى»[٦] . كان بلا شك قوة لها خطرها بالنسبة للرأى العام العالمى فى نضاله من أجل التحرر والسلام وخاصة فى بلدان العالم الثالث. وهذا ما أثبتته الأحداث العالمية التى تلت سقوط الاتحاد السوفيتى عام ١٩٩٠ وانفراد قوة عالمية واحدة بمحاولة قيادة العالم حالياً.

(ب) قيام أول منظمة لصيانة السلام (عصبة الأمم):

كان لإعلان الرئيس الأمريكى «ويلسون» لمبادئه الأربعة عشر فى أوائل عام ١٩١٨ دوى كبير فى كافة أنحاء العالم، إذ استطاعت تلك المبادئ أن تجذب انتباه الشعوب بإعلانها حق الشعوب فى تقرير مصيرها بنفسها، ودعوتها لقيام عصبة من الشعوب تعمل على الحل السلمى للمنازعات التى قد تنشب بينها مستقبلاً، وذلك لتفادى نشوب حرب عالمية أخرى بعد الحرب العالمية الأولى.

ولا شك أن قيام منظمة دولية تجمع دول العالم - لأول مرة فى تاريخ البشرية بهدف صيانة السلام العالمى - كان انتصاراً عظيماً للشعوب، أو بمعنى آخر للرأى العام العالمى النامى، بغض النظر عن انحراف الدول الاستعمارية بعد ذلك بأهداف تلك المنظمة سعياً وراء مطامعها.

ولقد استطاع ضغط الرأى العام العالمى - رغم المؤامرات الاستعمارية ومناورات عملاء تجار السلاح - أن يشغل عصبة الأمم سنوات عديدة فى بحث مسألة نزع السلاح، وفى إعداد المواثيق التى تدعو إلى نبذ الحرب وتحريمها خلال فترة حياتها التى انتهت بقيام الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩.

وكان من أهم تلك المواثيق «ميثاق باريس» أو (ميثاق بريان - كلوج) الذى وقعته فى باريس فى أغسطس ١٩٢٨ الدول الست الكبرى فى ذلك الوقت ، وهى الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وبريطانيا وألمانيا وإيطاليا واليابان، ثم انضمت إليها بعد ذلك جميع دول العالم تقريباً بما فى ذلك الاتحاد السوفيتى. وكان

هدف ذلك الميثاق نبذ الحرب كأداة من أدوات السياسة القومية لأية دولة من الدول الموقعة عليه فى علاقتها بالدول الأخرى، أو بمعنى آخر كان دعوة لحل المنازعات الدولية بالطرق السلمية وتحريم الالتجاء إلى الحرب بصفة قاطعة(٧).

وفى اعتقادنا أن توقيع معظم دول العالم - حتى الدول الاستعمارية منها - على ذلك الميثاق كان انتصاراً لضغط الشعوب، وتأكيداً لقوة الرأى العام العالمى النامى ، الذى سبق أن أوضحنا ، أن قضية الحرب والسلام كانت المبادرة الأولى التى تبلور حولها.

وإذا كانت مطامع النازية الألمانية والفاشية الإيطالية واليابانية وتضارب المصالح الاستعمارية قد أطاحت بعد ذلك بميثاق باريس ، بل بعصبة الأمم كلها ، فإن تلك المطامع لم تستطع أن تطيح بإيمان الشعوب بالسلام وبنمو الرأى العام العالمى فى اتجاهه السليم.

(ج) الأزمة الاقتصادية العالمية:

كان للأزمة الاقتصادية العالمية التى وقعت فى فترة ما بين الحربين العالميتين، والتى بلغت ذروتها فى الأعوام من ١٩٢٩ إلى ١٩٣٤، والتى كان قيام النظم الفاشية ، بل ونشوب الحرب العالمية الثانية ، بعض نتائجها الحتمية ،كان لهذه الأزمة صداها القوى فى الرأى العام العالمى.

فقد هزت هذه الأزمة - التى امتدت فشملت دول العالم جميعاً ما عدا الاتحاد السوفيتى - البنيان الاقتصادى الرأسمالى الذى وضع أسسه آدم سميث منذ حوالى قرنين من الزمان على أساس الحرية المطلقة للنشاط الفردى دون تدخل من جانب الحكومات أو توجيه منها. وهو أمر، وإن كان قد صح فى عهد الثورة الإنتاجية فى بداية الثورة الصناعية لحماية تلك الثورة من تعسف الحكومات وعرقلتها لنشاط الأفراد ، إلا أنه لم يعد يصلح

فى العصر الحديث: عصر اختفاء الفرد وبروز الاحتكارات وقضائها على عامل المنافسة الفردية التى كان المجتمع يستفيد من ورائها، سواء أكان مجتمع المستهلكين بتحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار أم مجتمع العاملين بتحسين الأجور جذباً لأفضل العمال، والتنافس عليهم.

وكان من أهم مظاهر الأزمة الاقتصادية ، التى كان لها أثرها الكبير فى الرأى العام العالمى ، ما يلى:

- انخفاض القيمة الشرائية للعملات مما أدى إلى كساد التجارة برغم وفرة السلع وإغلاق المصانع وسيادة البطالة، حتى لقد بلغ عدد العمال العاطلين فى الولايات المتحدة وحدها ثلاثة عشر مليوناً من العمال، وبلغ عددهم فى أوربا سبعة عشر مليوناً منهم ستة ملايين فى ألمانيا وحدها.
- حرق المنتجات أو إلقاؤها فى البحر للتخلص منها حتى لا تنخفض الأسعار، وذلك إمعاناً من الاحتكارات فى المحافظة على المستوى العالى للأسعار تحت سمع الحكومات وبصرها، رغم انتشار المجاعات وشدة حاجة الشعوب إلى تلك المنتجات.
- التجاء الدول الرأسمالية الكبرى - فى محاولتها التخفيف من وطأة الأزمة محلياً - إلى سياسة الحلول الأنانية الفردية المؤقتة بطبيعتها، بدلاً من الحلول البعيدة المدى القائمة على التخطيط والتعاون الدولى، وذلك بمنح المساعدات السخية لصناعاتها كى تستطيع غزو الأسواق الخارجية بالبيع بأقل من سعر التكلفة، رغم ما فى ذلك من أضرار بمصالح البلاد الأخرى وتفاقم لأزمتها، وكذلك التجاء تلك الدول فى الوقت ذاته إلى فرض الرسوم الجمركية العالية على الواردات لحماية صناعاتها المحلية. وكان نتيجة ذلك كله انكماش حجم التجارة الدولية وإثارة العصبيات القومية مما سهل على الفاشيين الوصول إلى الحكم فى ألمانيا وإيطاليا، وإشعال

نيران الحرب بإلقاء المسئولية فى الأزمة والبطالة على الدول الأخرى بدلاً من ردها إلى أسبابها الحقيقية، وهى فساد النظام الرأسمالى الاحتكارى واستغلاله للجماهير سواء المستهلكين أو العمال.

ولا شك أن الأزمة الاقتصادية العالمية كانت من العوامل التى أثرت تأثيراً عميقاً فى توجيه الرأى العام إلى أهمية الدور الذى يلعبه الاقتصاد فى حياة الشعوب منفردة ومجتمعة، وإلى الرابطة الوطيدة التى تربط السياسة بالاقتصاد بالحرب والعدوان.

وقد أكد هذه النتيجة ودعمها لدى الرأى العام العالمى النامى قيام النظم الفاشية ونجاحها فى الاستيلاء على الحكم فى عدد من البلاد فى خضم الأزمة الاقتصادية وكنتيجة لها، ثم رفع هذه النظم لشعارات القوة والعدوان ومناداتها بسيطرة الجنس الممتاز على سائر الأجناس.

ويمكن أن نلخص نتائج الأزمة الاقتصادية العالمية بالنسبة للرأى العام العالمى فى النقاط التالية:

- اقتناع الرأى العام بفساد نظرية الحريين، وعدم ملاءمتها للأوضاع الاقتصادية والسياسية الحالية التى تسيطر عليها الاحتكارات، وبمسئولية الحكومات عن توجيه الاقتصاد عن طريق التدخل الفعال بالتخطيط والتشريع لحماية مصالح الشعوب الأساسية ورفاهيتها والحد من طغيان الاحتكارات. والواقع أن تشريعات العهد الجديد فى الولايات المتحدة الأمريكية كانت رد فعل طبيعى لهذا الاتجاه. فقد قصد بها الرئيس «فرانكلين روزفلت» تدارك الكثير من أخطار نظرية الحرية المطلقة، والحد من سيطرة رأس المال الاحتكارى على الحكم وعلى مصالح الجماهير.
- إعادة تقييم بعض جوانب التجربة الاشتراكية فى الاتحاد السوفيتى وزيادة المطالبة بضمانات العمالة الكاملة وبالتشريعات الاجتماعية التى تخفف من وطأة الاحتكارات.

- زيادة الإيمان بتشابه مشكلات الشعوب فى كل مكان، وبضرورة التعاون الدولى على أسس سليمة لحل هذه المشكلات بعيداً عن روح الأنانية والاستغلال، وذلك على أساس إقناع الرأى العام العالمى بالارتباط الوطيد بين قضية الحرب والسلام والأوضاع الاقتصادية العالمية القائمة.

(د) العدوان الفاشى والحرب العالمية الثانية:

إذا كان للحرب العالمية الأولى فضل ظهور الرأى العام العالمى، فإن للحرب العالمية الثانية فضل تطوير هذا الرأى العام وتوجيهه لإرساء قواعده حول مثل وقيم واضحة المعالم، نابعة من تجارب الشعوب خلال الأحداث الكبيرة التى شهدتها فى فترة ما بين الحربين ، وفى أثناء الحرب العالمية الثانية نفسها.

والفاشية فى ظاهرها تعبئة تعصبية للرأى العام على أساس سيادة الجنس، والوطنية المتطرفة ، ولكنها فى واقعها تحالف للقوى الرجعية فى الدولة المتمثلة فى الرأسمالية الاحتكارية المستغلة والإقطاع والمغامرين من قيادة الجيش للسيطرة الكاملة على الحكم، وتوجيه سياسة الدولة لصالح هذه القوى؛ أى إلى الحروب التوسعية.

والحروب فى النظم الفاشية والرجعية مطلوبة لذاتها ، ففضلاً عما قد تحققه من فتح لأسواق جديدة أو سيطرة على موارد الخامات، فإن الحرب والاستعداد لها تحقق مكاسب كبيرة للاحتكارات عن طريق إنتاج الأسلحة ومهام الحرب، وبيعها بأفدح الأسعار، كما أن تجنيد ملايين الشباب يحقق القضاء على البطالة، بالإضافة إلى أن الشعب فى خلال المعركة تكون أكثر استعداداً للتضحية والبذل، وأقل مطالبة بالإصلاح ورفع مستويات الحياة، كما أن إعلان الأحكام العرفية وسن القوانين الاستثنائية بحجة الحرب وتعرض الوطن للخطر سلاح باتر ضد المتذمرين من الأوضاع الاجتماعية والسياسية القائمة ، مما يؤدى إلى إخماد أى صوت معارض.

ومع ذلك، فبقدر ما كان نجاح الفاشية فى بعض البلدان نكسة للرأى العام

فيها بقدر ما كان ذلك دعماً وقوة للرأى العام العالمى على المدى الواسع.

فإذا كانت الدعاية الفاشية قد استطاعت التغرير بطائفة من الشعوب، وإذا كان الإرهاب الفاشى قد كتم أصوات الأحرار فى بقعة أو أكثر من العالم، فإن رد الفعل العالمى ضد ذلك العدوان الرجعى كان من القوة بحيث استطاع أن يوحد جهود بقية شعوب العالم - شرقها وغربها - بغض النظر عن اختلاف أنظمتها الساسية والاقتصادية وتباين ألوانها ومعتقداتها - فى جبهة واحدة للقضاء على قوى العدوان الفاشية التى كانت ترمى إلى إخضاع العالم أجمع لسيطرتها.

ومن هنا كانت الحرب العالمية الثانية فى حقيقتها حرباً تحريرية عامة، قادها الرأى العام العالمى، وخاضتها الشعوب عن اقتناع بأن هزيمة الفاشية بما تمثله إنما هى بداية الطريق الحقيقى إلى الخلاص، وإلى قيام عالم أفضل متحرر من ربقة الاحتكارات والاستعمار، يحقق لكل فرد فى كل مكان حياة إنسانية كريمة واستقراراً وأمنا وسلاماً دائماً..

وهكذا سار الرأى العام العالمى فى الشرق والغرب نحو تحقيق هذا الهدف بقوة وتصميم، كانت الأمم المتحدة ثمرته الأولى.

(هـ) الأمم المتحدة:

إن الأهمية الحقيقية لأحداث الحرب العالمية الثانية وتجارب فترة ما بين الحربين تتمثل فى أنها قد استطاعت أن تجمع الرأى العام العالمى فى الشرق والغرب حول قيم واضحة متبلورة تؤكد حتمية التعاون الدولى، وتحدد معنى هذا التعاون وأهدافه، وترسم طريقه وأبعاده.

وقد اتضح هذا النضوج فى الرأى العام العالمى حين أطلقت الأمم المحاربة ضد العدوان على نفسها اسم «الأمم المتحدة» رغم اختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية، بل قبل مجرد التفكير فى إنشاء منظمة دولية تحمل هذا الاسم.

ولا شك فى أن التعاون الصادق فى تلك المعركة التحريرية الكبرى بين

الديمقراطيات السياسية فى الغرب والدولة الاشتراكية الأولى - ممثلة فى الاتحاد السوفيتى - كان تأكيداً جديداً على أن الرأى العام العالمى قد أخذ يصل فعلاً إلى بداية الطريق السليم.

وهذا الطريق السليم قد حددت معالمه بوضوح تلك المبادئ التى أعلنت شعوب الأمم المتحدة الالتزام بها فى ميثاق الأمم المتحدة عام ١٩٤٥ فى أعقاب الحرب العالمية الثانية.

فقد حدد هذا الميثاق خطوطا وقيما ومبادئ واضحة للمجتمع الدولى الجديد ومستقبل الإنسانية التزمت بها الشعوب، ووضعتها فوق مستوى الخلافات المذهبية والقومية، إيماناً منها بضرورتها لضمان الرفاهية المشتركة للجميع وتحقيق السلام الدائم المنشود.

وهذه خلاصة لأهم المبادئ التى أعلنها ميثاق الأمم المتحدة على لسان الشعوب ، أو ما يمكن أن نسميه «الرأى العام العالمى»:

- مبدأ المسئولية الجماعية نحو إنقاذ الأجيال المقبلة من ويلات الحرب أياً كان مصدرها.
- مبدأ المسئولية الجماعية نحو توفير العمالة الكاملة والحياة الكريمة لكل فرد من أفراد الجنس البشرى نساء ورجالا حتى لا تستغل البطالة لنشر الحقد والوقيعة بين الشعوب وإعلان حرب جديدة.
- احترام حقوق الإنسان الأساسية بلا تمييز بسبب الجنس أو اللغة أو الدين أو العقيدة، ولا تفرقة بين الرجال والنساء فى العالم أجمع.
- مبدأ المساواة فى السيادة بين الدول كبيرها وصغيرها ، وحق كافة الشعوب فى تقرير مصيرها بحرية كاملة.

والحقيقة أن هذه المبادئ التى جاء بها ميثاق الأمم المتحدة إنما تكشف عن

مدى التطور الذى طرأ على الرأى العام العالمى خلال ما يزيد قليلاً على ربع قرن من الزمان، وذلك منذ نشأته الأولى وتبلوره حول قضية الحرب والسلام من خلال أحداث الحرب العالمية الأولى ، ثم الحرب العالمية الثانية فيما بعد.

ذلك أن الرأى العام العالمى قد أدرك من خلال تجاربه فى تلك الحقبة القصيرة من الزمن، الحافلة مع ذلك بالأحداث، أن قضية السلام ليست قضية مثاليات أخلاقية أو أحلام إنسانية، وليست قضية منعزلة بذاتها، وإنما هى قضية أساسية مرتبطة تمام الارتباط بقضايا وأوضاع اقتصادية وسياسية واجتماعية، لا بد من تضافر الجهود المخلصة فى العالم أجمع لحلها. فهذا هو السبيل الوحيد لتحقيق السلام الدائم المنشود.

(و) مبادئ باندونج العشرة للتعايش السلمى:

كان من المفروض أن تسير السياسة الدولية بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وقيام الأمم المتحدة على هدى المبادئ التى أعلنتها الشعوب فى ميثاق الأمم المتحدة. ولكن فزع الاحتكارات الرأسمالية من انخفاض مكاسبها بانتهاء الحرب، وخوفها من شبح الأزمة الاقتصادية الذى أخذ يلوح فى الأفق مع سيادة السلام، أدى إلى تشديد تلك الاحتكارات لقبضتها على بعض الحكومات، وتوجيهها لخدمة مصالحها التى تقتضى الإبقاء على جو التوتر وخطر الحرب، بل وتقتضى خوض الحرب الفعلية أحياناً إن لم يكن على نطاق دولى فعلى نطاق إقليمى فى بعض مناطق العالم الحساسة.

وتحت ضغط الاحتكارات، انحرفت بعض الدول الكبرى عن رسالة الأمم المتحدة، وحاولت استغلال تلك المنظمة فى تحقيق أهداف الدوائر الاحتكارية الاستعمارية العالمية ، مثلما كان الحال فى ظل عصبة الأمم.

وقد نتج عن ذلك الانحراف ظهور التكتلات العسكرية والسياسية خارج نطاق الأمم المتحدة، مثل حلف الأطلنطى وحلف بغداد وحلف البلقان،

وحلف جنوب شرق آسيا، وكذلك ظهور المشروعات والتكتلات الاقتصادية المجافية لروح الميثاق، مثل: مشروع مارشال، والنقطة الرابعة، والسوق الأوربية المشتركة.

وعلى الرغم من الدعاية القوية التى قامت بها أجهزة الإعلام الاستعمارية والأزمات الدولية التى افتعلتها أجهزة المخابرات لإبقاء العالم على حافة الهاوية – على حد تعبير دلاس وزير خارجية الولايات المتحدة الأمريكية فى عهد أيزنهاور – ولإقناع شعوب العالم بحتمية الحرب العالمية الثالثة، فقد صمدت الشعوب لهذه الدعاية، ورفضت فكرة حرب عالمية جديدة، وتشبثت بالمبادئ التى أعلنتها فى ميثاق الأمم المتحدة، والتى تمثل بحق خلاصة تجاربها الطويلة المريرة.

وكان لا بد أن تدلى الشعوب الآسيوية والأفريقية حديثة الاستقلال – والتى دخلت مضمار الحياة الدولية لأول مرة فى تاريخ العالم الحديث خلال الموجة التحررية الكبرى فى أعقاب الحرب العالمية الثانية – بدلوها فى قضية الحرب والسلام، وبخاصة حين ازداد التصادم الفعلى بين القوى الاستعمارية القديمة والجديدة من جانب، والقوى التحررية فى منطقة جنوب شرق آسيا من جانب آخر، وبات ذلك التصادم ينذر بشبح حرب عامة جديدة.

وفعلاً بادرت الشعوب الآسيوية والأفريقية المتحررة المجتمعة فى مؤتمر باندونج فى أبريل من عام ١٩٥٥بإعلان موقفها من الأوضاع الدولية القائمة معبرة بذلك عن رأى ما يزيد على ١٢٥٠ مليون نسمة من سكان العالم استطاعوا أن ينزعوا استقلالهم من براثن القوى الاستعمارية خلال السنوات العشر التالية لانتهاء الحرب العالمية الثانية وقيام الأمم المتحدة.

ولقد أثبتت هذه الشعوب حديثة الاستقلال أن رؤيتها السياسية واضحة جلية، وأن العوامل والقيم التى تحرك الشعوب فى جميع أنحاء العالم فى مجتمعنا الدولى الحديث واحدة فى جوهرها لا خلاف عليها.

وهكذا أصبحت مبادئ باندونج العشرة للتعايش السلمى التى أعلنتها

الشعوب الآسيوية والأفريقية عام ١٩٥٥ تدعيماً جديداً لاتجاهات الرأى العام العالمى السلمية، وتأكيداً بأن الشعوب ثابتة على مبادئها التى أعلنتها فى ميثاق الأمم المتحدة عام ١٩٤٥ على الرغم من مؤامرات أجهزة الدعاية وأخصائيى الفتن.

ويؤكد نص البلاغ الصادر عن مؤتمر باندونج مشتملاً على هذه المبادئ العشر تحت عنوان «إعلان توكيد التعاون والسلام العالمى» يؤكد من جديد - سواء فى ديباجته أو مبادئه - وعى الرأى العام العالمى، لا الرأى العام الآسيوى والأفريقى فقط، بالقضايا الأساسية المرتبطة بقضية الحرب والسلام، والتى سبق أن أشرنا إليها خلال حديثنا، وهذا هو النص الكامل للإعلان المذكور:

«بحث المؤتمر الآسيوى الأفريقى - فى عناية - موضوع السلام والتعاون العالميين وراقب فى اهتمام بالغ حالة التوتر الدولى الراهنة، وما تنطوى عليه من خطر حرب ذرية عالمية. ولما كان موضوع السلام وثيق الصلة بموضوع الأمن الدولى، فيجب أن تتعاون الدول كلها وخاصة عن طريق الأمم المتحدة لتحقيق خفض التسلح وتحريم الأسلحة الذرية، بإشراف رقابة دولية فعالة، وبهذا يتقدم السلام العالمى ويمكن أن تستخدم الطاقة الذرية فى المقاصد السلمية دون سواها. ومن شأن ذلك أن ييسر الحصول على مطالب الحياة - وخاصة فى آسيا وأفريقيا - إذ تمس حاجتها إلى التقدم الاجتماعى وإلى مستويات أعلى للحياة مع حرية أعظم. فالحرية والسلام مرتبطان، وحق تقرير المصير يجب أن يتمتع به جميع الشعوب، والحرية والاستقلال يجب أن يمنحا بأسرع ما يستطاع لتلك الشعوب التى لا تزال غير مستقلة.

ومن الطبيعى أن يكون لجميع الأمم الحق فى أن تختار بحرية نظمها السياسية وفقاً لأغراض ومبادئ وميثاق الأمم المتحدة. وبالتحرر من الشك والخوف ، وبالثقة وحسن النية المتبادلين، يجب على الأمم أن تمارس التسامح، وأن تعيش معاً فى سلام، جيراناً صالحين يعملون لتمكين التعاون الصادق. على الأسس الآتية:

- احترام حقوق الإنسـان الأساسية وأغراض ومبادئ ميثاق الأمم المتحدة.
- احترام سيادة جميع الدول وسلامة أراضيها.
- الاعتراف بالمساواة بين جميع الأجناس، وبين جميع الأمم كبيرها وصغيرها.
- الامتناع عن أى تدخل فى الشئون الداخلية لبلد آخر.
- احترام حق كل أمة فى الدفاع عن نفسها انفرادياً أو جماعياً وفقاً لميثاق الأمم المتحدة.
- الامتناع عن استخدام التنظيمات الدفاعية الجماعية لخدمة المصالح الذاتية لأية دولة من الدول الكبرى.
- تجنب الأعمال أو التهديدات العدوانية أو استخدام العنف ضد السلامة الإقليمية أو الاستقلال السياسى لأى بلد من البلاد.
- تسوية جميع المنازعات الدولية بالوسائل السلمية، مثل التفاوض أو التوفيق أو التحكيم أو التسوية القضائية ، أو أية وسيلة سلمية أخرى تختارها الأطراف المعنية وفقاً لميثاق الأمم المتحدة.
- تنمية المصالح المشتركة والتعاون المتبادل.
- احترام العدالة والالتزامات الدولية.

ويعلن المؤتمر الآسيوى الأفريقى عن إيمانه بأن التعاون الصادق ، وفق هذه المبادئ يؤدى حقاً إلى كفالة السلام والأمن العالميين وتوطيد أركانهما، كما أن التعاون فى الميادين الاقتصادية والاجتماعية يؤدى إلى الازدهار العام والخير الشامل».

١/٤/٣/٣/٣ الرأى العام العالمى ودعم قوى السلام ونبذ العدوان: تتضح اتجاهات الرأى العام العالمى الداعم لقوى السلام ونبذ العدوان فى تلك المواقف المساندة للشعوب الضعيفة التى يقفها منذ العدوان الثلاثى على مصر عام ١٩٥٦

إلى العدوان على العراق بواسطة الولايات المتحدة وحلفائها عام ,٢٠٠٣ هذا بجانب نبذة للعدوان على ڤيتنام وكوريا وفلسطين ولبنان وغيرها.

ويلاحظ أنه كلما تحرر الإعلام العالمى من قيود التعتيم التى تفرضها عليه بعض الدول الكبرى المعتدية كلما زاد تأثير الرأى العام العالمى وامتد نفوذه ،كما اتضح من هزيمة الحكومة الأسبانية التى ساندت العدوان على العراق وشاركت قواتها فيه فى الانتخابات النيابية عام ٢٠٠٣ والبقية قادمة..

١/٤/٣/٤ الرأى العام النوعى: والرأى العام النوعى إما أن يكون على نطاق محلى، أو على نطاق إقليمى، أو عالمى.

والمقصود بالرأى العام النوعى: «الرأى العام الذى يسود بين طائفة أو فئة معينة من شعب بعينه، أو من مجموعة من الشعوب فى وقت معين بالنسبة لقضية أو أكثر تهم هذه الطائفة أو الفئة وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً».

وتجمع مثل هذه الفئات ـ عادة ـ عوامل دينية أو عنصرية أو طبقية أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو فنية أو مهنية وذلك على مستوى قومى أو إقليمى أو عالمى مثل الرأى العام الإسلامى أو المسيحى فى المسائل الدينية الخالصة ، أو الرأى العام العمالى أو الطبى ...إلخ

ويلاحظ أن الصهيونية قد اهتمت – منذ نشأتها – اهتماماً كبيراً بالحصول على تأييد اليهود فى جميع أنحاء العالم، بل لقد سعت فى السنوات الأخيرة إلى محاولة التأثير فى الرأى العام المسيحى العالمى عن طريق انتزاع وثيقة من المجلس البابوى تبرئ الأجيال اليهودية المعاصرة من مسئولية سفك دم المسيح.

كما نلاحظ استغلال النازية والحركات الفاشية والرجعية عموماً للعامل العنصرى لتجميع رأى عام نوعى عالمى من أنصار التفرقة العنصرية يكون لها

بمثابة سند وعون، بل بمثابة داعية ومبشر.

ومما لا شك فيه أن الرأى العام النوعى يعكس آثاره الخيرة والشريرة على الرأى العام المحلى والإقليمى والعالمى. ولذلك ينبغى للباحث فى ميدان الرأى العام ألا يهمل فى تقديره الآثار الخطيرة التى تترتب على الأفكار والآراء التى تسود بعض الفئات والعناصر المكونة للجماعة بشكل يهدد بانعزال هذه الفئة عن الجماعة. وينبغى أن نضع فى حسباننا دائماً أن جذور الصهيونية إنما نشأت أساساً عن تلك العزلة التى أحاطت الأقليات اليهودية نفسها بها على مر العصور فى مختلف بلدان العالم [٨] .

ملخص الوحدة

اهتممنا فى هذه الوحدة بإعطاء نبذة عن نشأة الرأى العام فى المجتمعات القديمة وخاصة فى المدن الإغريقية المستقلة - الدولة المدينة - منذ قرون عديدة قبل ميلاد السيد المسيح، حيث كان الرأى العام الحاكم الفعلى والمسيطر المطلق على أوجه النشاط العام من خلال جمعية المواطنين التى كانت تمثل فى ذلك الوقت ما يعرف اليوم بالسلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية.

ثم تدرجنا بالحديث بعد ذلك إلى تبيان دور الرأى العام فى مجتمعنا الدولى الحديث وتعاظم هذا الدور نتيجة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية المعاصرة.

كما حرصنا على تقديم مجموعة من تعريفات الرأى العام الحديث لكبار المفكرين والسياسيين والعلماء.

وتناولنا بعد ذلك بعض تقسيمات الرأى العام الشائعة وتبنينا التقسيم حسب النطاق الجغرافى السياسى المعاصر إلى رأى عام وطنى (أو قطرى) ورأى عام إقليمى ورأى عام عالمى ورأى عام نوعى أو فئوى على نطاق قطرى أو إقليمى أو عالمى. وقد قدمنا التعريفات المناسبة لكل نوع من هذه التقسيمات الأربع مع نبذة مناسبة عن كل نوع منها مع اهتمام خاص بتأصيل نشأة وتطور الرأى العام العالمى وربط تلك النشأة بصفة خاصة بالسلام والأمن والتعاون العالمى - كما برز ذلك فى صياغة ميثاق الأمم المتحدة وفى مبادئ باندونج العشرة للسلام العالمى - فى ضوء تجارب شعوب العالم ابتداءً من الحرب العالمية الأولى إلى قيام الأمم المتحدة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية والفترة التالية لذلك التى تمتد حتى الآن.

أسئلة الوحدة

أولاً ـ أسئلة المقال :

س١ : "فى المجتمعات القديمة عرفت المدن اليونانية المستقلة (الدولة المدينة) الرأى العام واختبرت سطوته ونفوذه قروناً عديدة قبل ميلاد السيد المسيح".
اشرح هذه العبارة وعلق عليها.

س٢ : تكلم عن عوامل بروز الرأى العام فى المجتمع الدولى الحديث.

س٣ : اذكر تعريفاً أجنبياً للرأى العام وتعريفاً عربياً وقارن بينهما.

س٤ : اذكر ثلاثة من تقسيمات الرأى العام.

س٥ : تكلم باختصار عن نشأة الرأى العام العالمى وتطوره.

س٦ : اذكر بعض النماذج الحالية لقوة الرأى العام واتساع وعيه وضغطه متمثلاً ببعض الأحداث التى شهدها العالم بعد ١١ سبتمبر ٢٠٠١ ميلادية.

س٧ : اذكر أهم مقومات الرأى العام الاقليمى مع التطبيق على العالم العربى.

س٨ : تكلم عن محاولة إسرائيل استغلال الرأى العام النوعى (أو الفئوى) لتبرئة الأجيال الجديدة من اليهود وتحسين صورة إسرائيل بالنسبة لجريمة صلب السيد المسيح واستباحة دمه.

ثانياً ـ الأسئلة الموضوعية :

س٩ : أكمل العبارات الآتية :

(أ) هناك تقسيمات متنوعة للرأى العام منها :

* التقسيم حسب قوة التأثير؛ حيث يقسم الرأى العام إلى ثلاث فئات هى:

.... ، .... ، ....

* التقسيم حسب النظم السياسية المسيطرة على الحكم فى المجتمع الحديث؛ حيث يقسم الرأى العام إلى نوعين :

.... ، ....

* التقسيم حسب النطاق الجغرافى السياسى ؛ حيث يقسم الرأى العام إلى أربعة أنواع هى:

.... ، .... ، .... ، ....

(ب) مقومات الرأى العام الإقليمى هى :

.... ، .... ، .... ، .... ، ....

س١٠: ضع علامة (|) أو علامة (×) أمام العبارات الآتية :

(أ) الرأى العام فى المجتمعات القديمة هو الحاكم الفعلى والمسيطر المطلق على كل أوجه النشاط فى المدينة . ( )

(ب) أصبح الرأى العام قوة كبيرة فى مجتمعنا الدولى الحديث . ( )

(جـ) يصل الاختلاف بين العلماء حول تعريف الرأى العام أحياناً إلى درجة إنكار وجوده . ( )

(د) أثرت الأزمة الاقتصادية العالمية فى الثلاثينيات من القرن العشرين فى نمو الرأى العام العالمى وتطوره . ( )

(هـ) الرأى العام القطرى إما أن يكون على نطاق محلى أو إقليمى. ( )

نماذج الإجابة

جـ١٠ : (أ) | (ب) | (جـ) |

(د) | (هـ) ×

مراجع الوحدة

(١) برس (جيمس): الديمقراطية الحديثة. الجزء الأول ، الفصل السادس عشر ، ماكميلان ١٩٢٣,

(٢) كان عدد الحاضرين عادة يتراوح بين خمسة آلاف وستة آلاف من مجموع المواطنين وأغلبهم من سكان المدينة نفسها وذلك لتكاسل سكان الريف المحيط بها نظراً لبعد المسافة، ولانشغال بقية المواطنين فى مباشرة أعمالهم الخاصة.

(٣) مختار التهامى: "الرأى العام والحرب النفسية" الطبعتان الأولى والثانية والطبعات التالية - دار المعارف - القاهرة ١٩٦٧، ..١٩٧٢ إلخ.

(٤) يقدر عدد ضحايا الحرب العالمية الأولى ما بين ثمانية ملايين ونصف مليون نسمة وعشرة ملايين نسمة (انظر كتاب النمو الاقتصادى لشارب واوج ، صفحة ٦١٦).

(٥) ك. م. بانيكار: آسيا والسيطرة الغربية - الناشر چورچ ألن وأنوين - لندن , ١٩٥٥

(٦) هذه العبارة مقتبسة من الميثاق الوطنى.

(٧) كان عهد عصبة الأمم يعرقل قيام الحرب بين الدول بموجب إجراءات خاصة نص عليها ولكنه لم يكن يحرم الحرب...

(٨) راجع الفصل الخاص بأيديولوجية الدعاية الصهيونية والاسرائيلية. "الرأى العام والحرب النفسية" الجزء الثانى - القاهرة , ١٩٧٤

الوحدة الثانية

المقومات المرجعية الأساسية

للرأى العام فى الدولة الحديثة

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١- يحدد المقومات المرجعية الأساسية للرأى العام فى الدولة الحديثة .

٢- يحدد العلاقة بين العادات والتقاليد والرأى العام .

٣- يشرح تأثير الدين فى توجيه الرأى العام .

٤- يذكر أثر الاتجاهات السائدة فى التعليم على مستقبل الرأى العام داخل الدولة .

٥- يشرح أثر الأوضاع السياسية والاقتصادية القائمة داخل الدولة فى تكوين الرأى العام .

٦- يعطى ثلاثة أمثلة على الأقل يوضح بها أثر التجارب التى تخوضها الشعوب فى توجيه الرأى العام .

٧- يفرق بين أثر كل من القائد الطاغية والقائد الزعيم فى الرأى العام .

٨- يفرق بين أثر كل من القيادة الفردية والقيادة الديمقراطية فى الرأى العام.

٩- يوضع آثار الأوضاع الدولية القائمة على الرأى العام داخل الدولة.

١٠- يوضح أثر المناخ الإعلامى والثقافى فى توجيه الرأى العام داخل الدولة.

العناصر :

٢/١ العادات والتقاليد والقيم وسائر الموروثات الثقافية .

٢/٢ الدين .

٢/٣ التربية والتعليم .

٢/٤ المناخ السياسى السائد داخل الدولة .

٢/٥ المناخ الاقتصادى السائد داخل الدولة .

٢/٦ الثورات والتجارب والأحداث المهمة فى حياة الشعب والشعوب الأخرى .

٢/٧ الزعامة والقيادة .

٢/٨ الأوضاع الدولية القائمة .

٢/٩ المناخ الثقافى والإعلامى .

الوحدة الثانية

المقومات المرجعية الأساسية

للرأى العام فى الدولة الحديثة

مقدمة:

يؤثر الفرد ـ وهو عماد الرأى العام ـ فى الجماعة ويتأثر بها ، فالفرد السوى لا يعيش فى مجتمعاتنا الحديثة فى عزلة عن الناس، ولكنه يعيش ضمن جماعات يتنقل فيما بينها طوال مراحل عمره، بدءاً من الأسرة - وهى الجماعة الأولى التى يتعرف إليها الطفل - إلى أصدقاء الجيرة والكتَّاب أو الحضانة فالمدرسة والجامع أو الكنيسة... إلخ .

وكلما تقدم العمر بالإنسان ، زاد عدد الجماعات التى قد يتنقل بينها أو ينتمى إليها أو يتعرف عليها عن طريق الاحتكاك والتجربة المباشرة أو الكتاب أو أجهزة الإعلام وهى جماعات تشغل أنشطة المجتمع كلها من دينية، إلى تعليمية، إلى اجتماعية، إلى عابرة، إلى مهنية، إلى حرفية، إلى ثقافية، إلى ترفيهية، إلى سياسية، إلى جماعات أخرى متعددة الأنشطة والأهداف.

ومن خلال هذا الاحتكاك الحياتى الدائم يتعرف الإنسان إلى عالمه ويكون إطاره العقلى المعرفى الذى يستلهمه كلما واجهته قضية معينة وخاصة مما نسميه بقضايا الرأى العام المتجددة دائماً.

ونعرض فى الصفحات التالية لأهم مقومات هذا الإطار المعرفى المرجعى الذى تختلف محصلاته وأبعاده من فرد إلى آخر وإن استمدها الجميع من ثقافة المجتمع الذى يعيش فيه بالمعنى الواسع الشامل للكلمة.

١/٢ العادات والتقاليد والقيم وسائر الموروثات الثقافية:

تتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق وبديهيات وقيم لا تقبل الجدل أو إبداء الرأى ، وهذه المعتقدات قد تشمل نواحٍ أخلاقية واجتماعية كانت مثار جدل فى أزمنة سابقة ثم انتهت إلى الصورة التى تقبلها الجميع فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوارثة.

ويجب ألا نخلط فى دراساتنا للرأى العام بين هذه المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة وبين الرأى العام، فالرأى العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش بعكس المعتقدات العامة التى رسخت عبر العصور فى أذهان الجماهير ولم تعد مثار نقاش عام، اللهم إلا فى وقت الثورات والتغيرات الاجتماعية الجذرية.

ومع ذلك فالملاحظ فى العصر الحديث أن ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق ، بينما اتسعت دائرة الرأى العام فشملت كثيراً من الأمور التى كانت محرمة على النقاش مثل سفور المرأة وتعليمها وختانها وذلك نتيجة التطور الحضارى والعلمى وتطور وسائل المواصلات والاتصال وأجهزة الإعلام التى مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقياتها وتقاليدها بما فيها من تناقض وتصارع أحياناً.

ومع أن القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبيل الآراء العامة - كما أسلفنا - إلا أن لها - وخاصة العادات السيئة منها - تأثيراً كبيراً جداً وبالغ الخطورة على الرأى العام ؛ ذلك أن الفرد فى كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات فى تكوينه لرأيه حول بعض المسائل ذات الصفة الحالية المطروحة للمناقشة مثل ضبط النسل، بل أن هناك بعض الجهات التى تتقن استغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأى العام توجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها وخاصة فى المجتمعات قليلة الحظ من التعليم والثقافة، ولعل من المناسب أن نشير هنا إلى دور الدجالين والمشعوذين وخاصة الذين يقحمون الدين فى أعمالهم والدين منها براء.

وأجهزة الإعلام مسئولة عن دحض مثل هذه العادات والتقاليد السيئة واقتلاعها من جذورها وشرح سياسة الحكومة حيالها والملابسات المتباينة التى تمس مصالح الأمة ورفاهيتها وتحتم الإقلاع عنها وتوجيه موارد الدولة نحو زيادة الإنتاج وإنشاء المصانع وتوفير متطلبات الصحة والتعليم ونحوها من الاحتياجات الأساسية للجماهير. كما أن هذه الأجهزة مسئولة عن الترويج للقيم والعادات المفيدة مثل قيم الحق والعدل والتراحم والصدق والوفاء والعمل والادخار، وكذلك القيم والعادات الطيبة التى فترت مع ضغط الظروف الاقتصادية والمعيشية مثل عادات التضامن الاجتماعى الوطيد التى كانت تسود العلاقات الأسرية، وقيم وحقوق الجيرة وخاصة فى الريف.

٢/٢ الدين:

يعتبر الدين أقوى العناصر المؤثرة فى توجيه الرأى العام بل وفى توجيه سياسات الدول ومصائرها، فالكثير من الدول تقوم على أساس دينى (المملكة العربية السعودية، باكستان، إسرائيل). وبالرغم من أن جوهر الأديان السماوية جميعاً يكاد يكون واحداً، وهو تمجيد الخير والحق والعدل والتقدم ونبذ الشر والظلم والتخلف إلا أن مرور القرون قد أدخل كثيراً من البدع والخزعبلات والتحيز وسوء التفسير على الأديان وخاصة فى أذهان العامة، حتى لقد فقد الدين فى بعض البلدان كل جوهره ولم يتبق منه سوى هذه البدع والخزعبلات الممزوجة فى كثير من الأحيان بنوع من التعصب المقوت (أيرلندة الشمالية، وأيرلندة الجنوبية مثلاً ؛ حيث يتقاتل أبناء البلد الواحد بسبب النعرات الدينية فيكسب الاستعمار وترسخ أقدامه).

وهناك أمثلة كثيرة من التاريخ القديم والحديث على استغلال الدين لتحقيق مآرب خاصة منها الحروب الصليبية بين الغرب والشرق فى القرون الوسطى، والتوسع الاستعمارى الأوروبى بحجة تحقيق رسالة الجنس الأبيض فى نشر المسيحية وسيادة العالم والحركة الصهيونية الاستعمارية الحالية.

ويقابل ذلك الدور التحررى العظيم الذى لعبه رجال الدين فى مصر على مر العصور، ابتداء من مقاومة الحملات الصليبية فى العصور الوسطى، إلى قيادة المقاومة الشعبية للغزاة فى التاريخ الحديث والمعاصر من الحملة الفرنسية إلى الغزو البريطانى، والمشاركة الفعالة فى ثورة ١٩١٩ ضد المحتل البريطانى تحت راية الهلال والصليب، إلى مقاومة العدوان الصهيونى الإسرائيلى على فلسطين والعالم العربى والوقوف مع الجماهير ضد العدوان الثلاثى على مصر عام ١٩٥٦، وشحذ همم المقاتلين فى حرب أكتوبر الظافرة عام ,١٩٧٣

ولابد أن نذكر أيضاً دور الدين فى مقاومة الغزو الفرنسى للمغرب العربى، والإيطالى لليبيا، والمحافظة على اللغة والهوية العربية حتى تم جلاء المستعمرين عن تلك البلاد.

وهكذا فإن الدين يلعب دوراً كبيراً جداً فى توجيه الرأى العام فى معظم بلاد العالم فى كافة ميادين الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بل والعلمية أيضاً، ويكفى أن نذكر الاضطهاد الذى لقيه عالم كجاليليو فى عصر النهضة، حيث جرؤ على القول بأن الأرض كروية، والدعوة التى تتستر وراء الدين والتى تقف ضد تعليم المرأة واحتلالها مكانتها اللائقة فى المجتمع، ويحضرنا هنا ما حدث فى المملكة العربية السعودية حينما حاولت بعض القوى عرقلة تعليم المرأة باسم "الدين الأمر" الذى تغلبت عليه الدولة بتنسيب تعليم البنات إلى مفتى الديار، والشك الذى خامر بعض المتدينين فى جميع أنحاء العالم حين بدأ العلماء غزو الفضاء وتردد بعض الأطباء فى تنشيط قلوب المرضى التى قد تقف فى الحوادث الطارئة أو أثناء العمليات الجراحية.

والأمر الذى لا شك فيه أن الدين لا ينبغى أن يصبح - بسبب بعض التفسيرات الخاطئة أو المنحرفة - عاملاً ضد التقدم والتطور العلمى أو تبريراً للعدوان والاستعمار فى العالم، لأن ذلك مخالف لجوهر الدين نفسه باعتباره منارة للتحرر وسيادة العقل ونصرة الحق والعدالة وفى مقدمتهما حقوق الإنسان.

وهذه فى الدرجة الأولى مسئولية الأزهر وسائر أجهزة التعليم والثقافة والإعلام ترسيخاً للقيم الدينية الأصيلة.

٣/٢ التربية والتعليم:

تؤثر الاتجاهات السائدة فى التعليم تأثيراً كبيراً على مستقبل الرأى العام داخل الدولة خصوصاً إذا قامت هذه الاتجاهات على أساس بث روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية وإذكاء روح التعصب، ذلك أن النشء لا يستطيع فى المرحلة الأولى من حياته أن يعمل عقله للتمييز بين الحق والباطل، والنتيجة المحتمة لذلك أن يكبر هذا النشء وتكبر معه بعض أنماط من السلوك وألوان من التعصب والتحيز التى تبلغ فى نفسه مبلغ العقيدة واليقين لكثرة ما تلقاها وتلقنها وقرأها خلال سنى حياته المدرسية. والمعروف أن الطفل الأبيض والأسود والمسيحى والمسلم إلخ.. يتآلفان ويتعاونان ويتصادقان إذا ما تركا لفطرتهما دون تلقين.

ومن أمثلة هذا الضرب من الأفكار والشعارات المضللة، القول بالتفوق الجنسى، والتفرقة العنصرية، وبأن العرب متخلفون بطبعهم، وأن المناخ، فى مصر لا يصلح لقيام الصناعة وخاصة صناعة النسيج، كما كان يشيع الاستعمار ويلقن حتى من خلال الكتب المدرسية لولا يقظة المدرس المصرى ووعيه.

وإذا كان للتربية والتعليم - وبخاصة التعليم فى مرحلتى الطفولة والبلوغ - كل هذه الخطورة فى تشكيل العقول، وبالتالى فى توجيه الرأى العام لأجيال عديدة قادمة ، فان من الخطر كل الخطر على وحدة الأمة ومستقبلها أن تتعدد الجهات المشرفة على التعليم فى الدولة وتتعدد السياسات الموجهة له، إذ إن معنى ذلك التعدد إعداد جيل متنافر فى التفكير والاتجاهات بل والانتماء والأهداف، خاصة إذا سيطرت جهات خارجية عليه قد تتناقض مصالحها ومصالح الوطن.

ومما لا شك فيه أن هذه الخطوات من شأنها أن تقارب بين عقليات الجيل الواحد نحو القضايا العامة الأساسية، وأن تجنب الأجيال القادمة أية انقسامات خطيرة محتملة فى اتجاهات الرأى العام.

لذلك كله، فلابد فى بلادنا من وضع سياسة بعيدة المدى لإصلاح التعليم

وتحديد أهدافه وخاصة فيما يتعلق بإعداد المعلم المتقن لمهنته طبقا لأفضل الطرق التربوية ، مع توعيته بأهداف رسالته السامية وقدسيتها فى إعداد الجيل الجديد من شباب مصر الإعداد السليم صحياً وتربوياً وعلمياً. فشبابنا يحتاج إلى من يعوده على النظرة الشاملة للأمور على أساس من التفكير العلمى والمنطقى وتقبل الرأى والرأى الآخر ونقد النفس ومراجعتها فى ضوء الانتماء والوعى بأهداف الوطن وحقوق المجتمع. ويحقق حرص المجتمع على صيانة كرامة المدرس ومركزه الاجتماعى الحافز الأساسى له لتحقيق رسالته على الوجه الأمثل المطلوب.

كما لا بد وأن يكون من أهداف التعليم الأساسية عندنا القضاء الفورى على الأمية ورفع الغشاوة عن أعين الأميين وعقولهم سواء بالنسبة لواجباتهم أو لحقوقهم. وبذلك نعدهم لكى يكونوا مواطنين صالحين منتمين ومتعاطفين، وهذا هو الشرط الأساسى فى إعداد رأى عام واع وقوى وتحقيق ديمقراطية حقيقية ومثمرة. والمجتمع بجميع فئاته مدعو للمساهمة فى بلوغ هذا الهدف القومى النبيل فى أسرع وقت، وخاصة رجال الدين والمسئولين عن الإعلام. فالدين الإسلامى وكافة الأديان السماوية- تحض على القراءة والمعرفة وإمعان العقل والتفكير وطلب العلم من المهد إلى اللحد، والمسجد والكنيسة وأجهزة الإعلام هى الأداة الأولى لإشاعة هذا الوعى العام.

٤/٢ المناخ السياسى السائد داخل الدولة:

تؤثر الأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة فى تكوين الرأى العام بها ؛ فإذا كان نظام الدولة قائماً على الدكتاتورية والاستبداد بالرأى والصلف والاستعلاء على الجماهير واحتقارها وإشاعة التعسف والإرهاب، فإن هذا يؤدى حتماً إلى سلبية الرأى العام فى الدولة، إذ يحل محله الخوف العام والسخط العام.

فحرمان جماعات الشعب بقياداتها المتعددة من سياسية وحرفية ومهنية وعلمية ودينية وثقافية ... إلخ من مناقشة المشكلات والقضايا الأساسية والإسهام إسهاماً إيجابياً فى اختيار وتوجيه الحكومة فى جو من الحرية المقدسة، لا بد وأن يؤدى مع

مرور الوقت إلى انعدام التعاطف والتضامن والثقة والفهم بين الحكومة والشعب وعزل كل منهما عن الآخر، وفتح الباب على مصراعيه للفتن والإشاعات ولتآمر القوى الداخلية والخارجية المعادية للاستقرار والرفاهية والتقدم.

٥/٢ المناخ الاقتصادى السائد داخل الدولة:

يتعرض الرأى العام داخل الدولة لانقسامات خطيرة وتزييفات كثيرة، إذ كان هناك تفاوت كبير فى توزيع الثروة داخل البلد، فسوء توزيع الثروة يؤدى إلى انقسام الأمة الواحدة إلى أمتين، على حد تعبير السياسى البريطانى الكبير «دزرائيلى» فى بداية القرن العشرين، أو لسيادة رأى الفئة الأقوى اقتصادياً عن طريق الضغط والإكراه الذى تمارسه على أغلبية الشعب الفقيرة، كما كان يحدث فى بلادنا مثلاً فى الانتخابات البرلمانية قبل الثورة من قبل أحزاب الأقلية الممثلة لقوى الإقطاع والموالية للسرايا والاستعمار، باستثناءات قليلة.

كما يؤثر اختلال الأوضاع الاقتصادية داخل الدولة وتعرضها للأزمات الاقتصادية تأثيراً سيئاً فى الرأى العام بسبب عدم توجيه رءوس الأموال للتنمية الواعية والبناء أو بسبب الاستعمار والتدخل الخارجى أو بسبب غياب المثل الإنسانية والديمقراطية والعدالة وسيطرة القلة الطاغية على مقدرات الأمة وسوء توزيع الثروة بما يسببه من بؤس ومن بطالة ومجاعة وتضخم وانخفاض فى القيمة الشرائية الأمر الذى يسىء إلى الأمة وتماسكها وقوتها. ويمهد الطريق لقوى الفاشية والعدوان.

فالجوع مرشد سيئ للشعوب. والشعب الجائع لا يمكن أبداً أن يستخدم العقل وأن يقتنع بالمنطق، وهو لذلك يكون لُقمة سائغة فى أيدى محترفى السياسة الذين يستطيعون أن ينحرفوا انحرافاً خطيراً بمثله وبمبادئه الإنسانية، بل وبمصالحه الحقيقية.

وقد شهد العالم مثالاً واضحاً لذلك حين استطاع الحزب النازى فى ألمانيا أن

يستحوذ فجأة على نحو سبعة ملايين صوت من أصوات الناخبين فى انتخابات عام ١٩٣٠ فى الوقت الذى لم يتجاوز فيه عدد أعضاء الحزب ٣٨٩ ألف نسمة، ويمثل الفرق فى عدد الأصوات أصوات العمال المتعطلين فى ألمانيا فى ذلك الوقت والذين كان يقدر عددهم بستة ملايين عامل.

وهكذا استطاع الحزب النازى أن يتولى الحكم فى ألمانيا بالطريق الديمقراطى، مستغلاً سخط الجماهير على الأوضاع الاقتصادية السيئة التى كانت سائدة فى ذلك الوقت نتيجة لطغيان النظام الرأسمالى الاحتكارى لكى يهدم القيم الديمقراطية والإنسانية لتلك الجماهير، وينحرف بها إلى اتجاهات تعويضية تعصبية عدوانية كانت نتيجتها النهائية قتل وتشريد الملايين، وتدمير الشعب الألمانى نفسه فى الحرب العالمية الثانية.

ويدرك الاستعماريون والاحتكاريون تمام الإدراك مدى أثر الأزمات الاقتصادية الحادة فى الانحراف بتفكير الشعوب. ولذلك كان سلاح المقاطعة والحصار الاقتصادى ومنع المعونات من أهم الأسلحة التى يلجأون إليها فى حربهم ضد الدول النامية التى تنتهج سياسة تحررية لا يرضون عنها.

ولا شك أن بلادنا كانت موفقة كل التوفيق حين لجأت إلى تأكيد مبدأ عدم الانحياز، وإنشاء علاقات اقتصادية وتجارية مع جميع البلدان التى مدت يدها نحونا فى ضوء تلك السياسة. وبفضل هذه السياسة الحكيمة أمكن تجنيب الرأى العام فى بلادنا انحرافات الضغط الاقتصادى الذى كان يريده لنا أعداؤنا، بما حققته من إنجازات ضخمة فى طريق الرفاهية الاقتصادية لشعبنا، عن طريق التصنيع وبناء السد العالى والمضى قدما فى طريق التنمية الحقيقية رغم تأثير المعوقات التى فرضتها الدول المعادية نتيجة للعدوان العسكرى الذى افتعلته ضد بلادنا.

٦/٢ الثورات والتجارب والأحداث المهمة فى حياة الشعب والشعوب الأخرى:

تؤثر التجارب التى تخوضها الشعوب – وبخاصة التجارب التى ما زالت حية فى أذهان الأجيال المعاصرة – تأثيراً كبيراً فى توجيه الرأى العام، كما تستفيد بعض الشعوب من تجارب بعضها البعض الآخر.

فالاستجابة الشعبية العامة والتأييد الكامل الذى لقيه إعلان تأميم الشركة العالمية لقناة السويس فى يوليو ١٩٥٦ دون سابق تمهيد للرأى العام، إنما نبعا من التجارب التاريخية التى خاضها الشعب المصرى منذ بدء حفر القناة حتى تأميمها، وهى تجارب مع أسوأ أنواع الاستغلال الاحتكارى العالمى الذى لم تجن البلاد منه سوى الديون المتراكمة والتدخل الأجنبى والاستعمار، الذى اتخذ القناة طريقاً لإخماد ثورة عرابى الديمقراطية واستعباد البلاد قرابة أربعة وسبعين عاماً.

ولقد كان للتجربة العظيمة الناجحة التى خاضها الشعب المصرى عند تأميمه لقناته آثارها لدى شعوب العالم كافة، وخاصة الشعوب الأسيوية والأفريقية وشعوب أمريكا اللاتينية التى تعانى من نير الاحتكارات الأجنبية.

وهكذا رأينا شعب بنما يقوم فى ضوء التجربة المصرية بثورة عارمة ضد الاستعمار الأمريكى مطالباً بإجلاء المستعمر واسترداد قناته – قناة بنما – منه.

وعلى هدى هذه التجربة نفسها استطاع كثير من الشعوب العربية المالكة للبترول الضغط على الشركات الاحتكارية الأجنبية المستغلة لها والحصول على عائد أكبر مما كانت تحصل عليه.

ويستفيد السياسيون المحنكون استفادة كبرى من دراستهم لاتجاهات الرأى العام، سواء فى بلادهم أم فى العالم أجمع، ولعلنا لا نبعد كثيراً عن الواقع إذا ذكرنا أن انتصار مصر فى معركة العدوان الثلاثى الغاشم عام ١٩٥٦ إنما يعود – بجانب كفاح الشعب المصرى البطولى – إلى حسن تقدير السياسة المصرية لاتجاهات

الرأى العام الداخلى والعالمى، ذلك أن نتائج حرب السويس قد أيدت أن الحروب الحديثة ليست حروب مدافع فقط، بل هى - فى الدرجة الأولى - حروب إعلامية تستهدف أساساً كسب تأييد الرأى العام والاستفادة من ضغطه.

ولقد كان الرئيس الأمريكى «ايزنهاور» موفقاً حقاً فى دراسته للرأى العام فى بلاده حين خاض وحزبه معركة انتخابات الرياسة عام ١٩٥٢ رافعاً شعار إنهاء الحرب الكورية، مستغلاً فى ذلك تجربة الشعب الأمريكى المريرة فى تلك الحرب قرابة ثلاثة أعوام وانقلابه ضد ممارسات حكومته السابقة، وخوفاً من امتداد الحرب إلى حرب عالمية ثالثة، وما زالت أهوال قنبلتى هيروشيما ونجازاكى الذريتين اللتين أنهيتا الحرب العالمية الثانية ماثلة فى الأذهان بفظاعتهما وعدد ضحاياهما.

فالشعب الأمريكى - كغيره من شعوب العالم - عزوف بطبعه عن الحرب، نتيجة تجاربه السابقة، وهذا السبب نفسه هو الذى كتل جماهير الشعب الأمريكى فى انتخابات الرياسة فى نوفمبر ١٩٦٤ خلف الرئيس «جونسون» لا حباً فى «جونسون» ولكن خوفاً من منافسة «جولدووتر» الذى كان يدعو صراحة لاستخدام القوة النووية وإشعال نيران الحروب.

وفى اعتقادنا أن فشل الحرب الباردة التى بدأت قبل أن تضع الحرب العالمية الثانية أوزارها تماماً والتى ما زالت قائمة حتى الآن فى إشعال نيران حرب ثالثة، إنما يرجع أساساً إلى التجارب القاسية التى خاضتها شعوب العالم قاطبة خلال الحرب العالمية الثانية، ذلك أن تجارب الشعوب أقوى دائماً من أساليب الدعاية، لأنها تمثل الحقائق الأساسية التى تلمسها الشعوب بأنفسها.

ولننتقل الآن للحديث عن الثورات باعتبارها تجارب أساسية فى حياة الشعوب. والواقع أن الظاهرة الأساسية للثورة هى تحرك الرأى العام فى البلد الثائر لتحقيق الأهداف التى طالما سعى إليها الشعب وآمن بها، وهى - عادة - أهداف ذات جذور اقتصادية واجتماعية وتاريخية عميقة. فالثورات إذن مرحلة تطور من سلبية التفكير إلى إيجابية التنفيذ المستند على العمل الثورى الواعى للصالح العام.

وتجربة الثـورة - وبخاصة الثـورات الناجحة - لا تقـتصر آثارها على البلد أو الـشعب الذى قـام بهذه الثـورة، وإنما تمـتد إلى البلاد الأخرى. ولديـنا أمثلـة واضحة لذلك فـى الثورة الفرنسيـة والثورة الأمريكية والـثورة البلشفية وثـورة ٢٣ يوليو فى بلادنا التى يرى الكثير من المثقفين أن القوة العـسكرية التى أطاحت بالحكم السابق فى مـصر إنما أتت فـى ذلك الوقـت تقرباً لثـورة الشعب المصرى نـفسه ورغبـته فى الخلاص منه.

وتشهـد الثورات والحركات التحررية فـى المحيط العـربى والتـى تلت ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ فى مصر بمدى أثر تلك الثورة فى اتجاهات الرأى العام للشعوب العربية المجاورة، ولقد شـهد الاستـعماريـون أنفسـهم بذلـك حين أقدمـوا على غـزو مصـر عام ١٩٥٦ للقضـاء علـى الانتفـاضة الـتحرريـة التى عـمت المنـطقة، عنـدما اعتـرف وزير خارجية فرنسا فى ذلك الوقت بأن بلاده إنما تخوض فى السويس معركة الجزائر.

ويمـتد أثر ثـورة ٢٣ يوليـو إلى أبعـد من حدود الـبلاد العربيـة ليؤثـر فى الرأى العام لجميع الشعـوب المناضلة: فلقد كـان تأميم القناة - كمـا أوضحنا فيما سبق - نبـراساً للـرأى العام فـى بلد بعيـد من بلاد أمريكـا اللاتينيـة هو «بـنما»: كمـا كان وقوف الـشعب المصرى بـإصرار وعـناد أمـام جحـافل العـدوان الثلاثـى عام ١٩٥٦ نـبراسـاً لشعب آخر فى تـلك المنطقـة القصـية هـو شعب «كـوبا» حين قاوم محـاولة العدوان على بلده.

أما عن أثـر ثورة ٢٣ يـوليو فـى محيط الـرأى العام الأفـريقى فقد تحدث عنه الرئـيس أحمد سـيكوتورى فـى الاحتفال بعيـد الثورة الـثانى عـشر، إذ قال مخـاطباً شعب الجمهورية العـربية المتحدة: "إنكـم أيها الإخوان قد لا يمكـنكم أن تقدروا قيـمة ثورتكم هذه، أما الشعـوب الأفريقيـة الأخرى فهى تدرك تمـاماً مدى عظمة ثورتكم ، فاسمحوا لرئيس دولة أفريقية أن يقول لكم إن ثورتكم تتخطى إطار المصير المقصور

عليكم، لأنها نبراس لكل حركة وثورة أفريقية، لذا فإن نجاح ثورتكم ونجاح كل عمل تقومون به يهم جميع الشعوب الأفريقية والشعوب العربية وجماهير الفلاحين والعمال فى العالم أجمع.. فالثورة نتيجة الوعى والضمير، والوعى يولد وينمو تماماً كما ينمو الإنسان... والثورة هى نتيجة الخبرة التى نكتسبها فى الحياة فلا ثورة بلا وعى... والوعى قائم هنا حياً»(*).

وهذه الأمثلة كلها تؤيد - آخر الآمر - ما ذهبنا إليه من أثر تجارب الشعب وما يصله من تجارب الشعوب الأخرى فى اتجاهات الرأى العام.

٧/٢ الزعامة والقيادة:

هناك نوعان من القادة ونوعان من القيادة:

فأما النوع الأول من القادة فهو القائد المهرج أو الطاغية، ويصل هذا القائد إلى الحكم عادة فى أوقات الأزمات العنيفة، وبخاصة الأزمات الاقتصادية حيث يشيع اليأس، فعندئذ تحين الفرصة لكى يتقدم هذا القائد الانتهازى إلى الأمة ويستولى على قيادتها بالأمانى والوعود المعسولة التى يوزعها بلا حساب، مستغلاً الحالة النفسية والعقلية للجماهير وتعاون القوى الرجعية معه. وسرعان ما ينقلب هذا القائد ويفصح عن حقيقة أمره، فيحكم الأمة بالحديد والنار، ويسوق الشعب سوق القطيع ليحقق رغباته الأنانية، أو رغبات أسياده المختفين وراء الستار.

وهذا اللون من القادة يعتبر الشعب وسيلة لا غاية، وهو فى نفس الوقت يحتقر الجماهير ويخافها ويسوقها ولا يقودها ويخدعها ولا يخلص لها.

والرأى العام فى ظل هذه القيادة لا وجود له، فالنقاش محرم، والقائد مؤله، والسيف قائم فوق رقاب العباد. ولقد كان هتلر مثلاً واضحاً لهذا النوع من القادة الذين أضروا ببلدهم بل وبالعالم كله ضرراً بليغاً.

(*) جريدة الجمهورية ، عدد ٢٣ يوليو , ١٩٦٤

أما النوع الآخر من القادة فهو «الزعيم». وقد ميزناه بلقب «الزعيم» لأنه جدير حقاً به، مستحق ألا يشاركه فيه طاغية أو مهرج.

والزعيم الجدير بلقبه هو الذى يأتى بالاختيار الديمقراطى السليم وبالإرادة الكاملة للشعب ذلك أن القيادة الحقيقية هى الاستجابة لمطالب الشعب والتعبير عنها وإيجاد الوسائل لتحقيقها.

والزعيم الحقيقى لا يدعى العصمة ولا استلهام الوحى، ولكنه يؤمن بالعلم وبالتجربة وحرية الرأى، ويرحب بالنقد البناء، ويستفيد من الأخطاء التى كشفت عنها التجربة. وهو يضع نصب عينيه دائماً أن الشعب هو الزعيم الحقيقى، وأن بقاء زعامته مرتبط باستمرار تأييد الشعب له عن طريق الانتخابات الحرة، والبرامج الإيجابية التى تعبر عن احتياجات الجماهير وإرادتها الكاملة.

وكما أن هناك نوعين من القادة فهناك أيضاً نوعان من القيادة :

هما القيادة الفردية التى تقوم على شخص واحد مستبد، والقيادة الجماعية التى تتولى الزعامة فيها جموع الأمة الممثلة فى أحزابها ونقاباتها وجمعياتها المختلفة.

ويؤخذ على القيادة الفردية أن الإنسان بطبعه غير معصوم من الخطأ، وأن تركيز السلطة فى يد واحدة يغرى عادة بإساءة استعمال هذه السلطة وبالاستبداد فى اتخاذ القرارات التى تتصل بمستقبل الأمة كلها.

ويزدهر الرأى العام فى الأمة ازدهاراً كبيراً فى ظل الزعامات الديمقراطية الضاربة بجذورها فى أعماق الشعب بما تحققه هذه الزعامات من تفاعل مستمر مع جموع الشعب.

٨/٢ الأوضاع الدولية القائمة:

تنعكس آثار الأوضاع الدولية القائمة بخيرها وشرها على الرأى العام الداخلى

فى كل بلد من بلاد العالم. ذلك أننا نعيش اليوم فى عالم واحد، فإذا قامت حرب كما حدث فى الحربين العالميتين اللتين شهدهما العالم فى أقل من ربع قرن، نجد أن هذه الحرب سرعان ما تمتد لتشمل معظم بلاد العالم، وإذا حدثت أزمة اقتصادية كما حدث فى الأزمة الاقتصادية العالمية فى أوائل الثلاثينيات من هذا القرن. فإن آثارها سرعان ما تسرى سريان النار فى الهشيم كى تعم العالم كله. وإذا فجرت قنبلة ذرية أو نووية سرت إشعاعاتها مع السحب والتيارات الهوائية إلى بلاد العالم قاطبة، بل إن الكوارث الطبيعية نفسها كالزلازل والفيضانات والإعصارات غالباً ما تمتد فتشمل أكثر من دولة وأكثر من شعب. وأخيراً يأتى تلوث الهواء والبيئة مما تسبب فى كارثة ثقب الأوزون.

ويصدق هذا الكلام نفسه على الجانب الخير من الحياة الدولية: فالاكتشافات العلمية والتكنولوچية والأعمال الأدبية والفنية القيمة لا يقتصر الانتفاع بها على شعب دون آخر، بل إن من شأن هذه الاكتشافات العلمية والتكنولوچية والأعمال الأدبية والفنية أن تجعل من العالم المعاصر عالماً واحداً لو توافرت النيات الطيبة للدول الكبرى بصفة خاصة.

وهناك شواهد كثيرة فى التاريخ الحديث على استغلال بعض القادة للأوضاع الدولية السيئة للانحراف بالرأى العام فى بلادهم، أو لصرف نظر الشعب عن بعض القضايا الداخلية المهمة أو الادعاء بعدم مناسبة الظروف.

ومما لا شك فيه أن حالة التوتر الدولى التى تسود العالم منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية، والتى تعمل الحرب الباردة أحياناً والساخنة أحياناً أخرى على اشتداد وطأتها، لا شك أن هذه الحالة المتوترة تترك آثارها السيئة على اتجاهات الرأى العام. وأجهزة الإعلام مسئولة مسئولية كبرى عن إذكاء هذه الحالة، وتشاركها فى هذه المسئولية أجهزة المخابرات لبعض الدول الكبرى.

ومن جهة أخرى تترك المؤتمرات الداعية للسلام والتعايش السلمى، والاتفاقات

الدولية التى تدعم التعاون الدولى، آثارها الخيِّرة على اتجاهات الرأى العام ما لم يكن هدفها الخداع أو تمكين دولة كبرى معينة أو مجموعة دول كبرى من توجيه ذلك لصالح مصالحها الأنانية الخاصة للسيطرة على العالم تحت شعارات إعلامية ودبلوماسية براقه.

وخلاصة القول أن للأوضاع الدولية آثارها الواضحة على الحياة السياسية والثقافية داخل الدولة الحديثة، ومن ثم على توجيه الرأى العام فيها.

٩/٢ المناخ الثقافى والإعلامى:

لو فحصنا الأسس التى يقوم عليها بنيان المجتمع السليم والديمقراطية الحقة، لوجدنا أنها تنبع جميعاً من الإيمان بالإنسان، وبأنه كائن مفكر يستطيع أن يميز بين الشر والخير، والباطل والحق، والقبح والجمال، والعاطفة والعقل، يساعده على ذلك انتشار التعليم وزيادة الوعى.

على أننا نلاحظ فى بعض النظم التى لا تؤمن بقيمة الإنسان كإنسان، أو التى تنظر إليه من زاوية نفعية استهلاكية خالصة، شيوع اتجاهات هروبية تحاول الابتعاد بالجماهير عن طريق العقل والمنطق والتفكير، وإغراقها فى متاهة الغرائز والغيبيات والانفعالات. وذلك كى تصبح تلك الجماهير عجينة لينة مسلوبة الإرادة توجهها كيفما تشاء.

وقد اتخذت هذه الاتجاهات الهروبية سنداً لها فى نظرية «دارون» عن النشوء والارتقاء التى ترد أصل الإنسان إلى الحيوان، بكل ما للحيوان من غرائز بدائية وميول عدوانية بهيمية، واعتمدت على هذه النظرية فى الادعاء بأن الإنسان قد لا يكون مسيراً بالعقل دائماً وأن العنف والعدوان غريزتان طبيعيتان فيه.

وقد مكنت لهذه الاتجاهات بعض النظريات المتصلة بعلم التحليل النفسانى التى نادى بها «فرويد» وأقرانه.

وبرغم أن هذه النظريات لم ترق فى أى وقت من الأوقات إلى مصاف اليقين - بل إنها وجدت من النظريات المضادة ما يهدمها تماماً - فإن كثيراً من مشاهير الكتاب والأدباء والفنانين ومن جرى مجراهم فى الشرق والغرب - قد استهوتهم هذه النظريات، فجعلوا منها أساساً لكتاباتهم وإنتاجهم، واستطاعوا فعلاً أن يحاصروا الجماهير وخاصة الشباب والأطفال بواسطة أجهزة الإعلام والثقافة المختلفة فى متاهة الجنس والجريمة والعنف والغرائز الجامحة البدائية، وأن يروجوا لمثل وقيم بعيدة كل البعد عن المنطق والتفكير السليم، وأن يخلقوا بذلك تربة صالحة لنمو الأنظمة السياسية التى تبنى مبادئها على أساس إلغاء العقل والمنطق، والدعوة إلى الطاعة العمياء، وسوق الناس سوق القطيع، مثلما حدث فى ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية.

ومما يؤسف له أن يصبح هذا الأسلوب القائم على الإثارة ومخاطبة الغرائز والأحاسيس الرخيصة - مع تجاهل العقل - هو الأسلوب السائد، سواء فى ميدان الدعاية السياسية أو الاستهلاكية فى مجالى الإعلام الفنى والأدبى والصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما.

والواقع أن من سمات القرن الحالى - بصفة خاصة - ذلك الصراع العنيف بين هؤلاء الذين يثقون فى قدرة الإنسان على استخدام عقله وتفكيره لتكوين رأيه. وأولئك الذين يصرون على إلغاء العقل والتفكير بغية الوصول إلى نتائج سريعة قائمة على الإثارة والانفعال السريع، وهى نتائج لا يمكن أن تكون فى صالح الإنسان فى المدى البعيد.

ولذلك ينبغى على الدارس فى ميدان الرأى العام أن يحدد نوع الجماهير التى يدرسها ونوع الزاد الثقافى والفنى والإعلامى الذى تتزود به وتربت عليه، لكى يستطيع أن يتبين: هل هى جماهير مراهقة مضللة سريعة الانقياد تحكمها الغرائز والعواطف الجامحة، أم هى جماهير صلبة اعتادت على النقاش والجدل والنقد

وتقليب أوجه الأمور قبل تكوين آرائها والانحياز إلى جانب من الجوانب.

حقاً إن من أصعب الأمور تربية الجماهير على استخدام العقل والاستجابة للمنطق، ومع ذلك، فنحن ننادى بإصرار بضرورة هذه التربية العقلية، لأنها الضمان الوحيد الصلد ضد انحرافات الرأى العام، ذلك أن المشاعر والانفعالات النابعة عن التفكير السليم أكثر دواماً ورسوخاً من المشاعر والانفعالات الناجمة عن الإثارة الرخيصة.

فالمناخ الثقافى والفنى والإعلامى الذى يعايشه الإنسان طفلاً وصبياً ويافعاً ورجلاً يؤثر تأثيراً بالغاً على تشكيل عقله وتفكيره، وما لم يكن هذا المناخ مناخاً صحيحاً سليماً يغذى النفوس بالأفكار والقيم والمشاعر السليمة، ويفتح آفاقها، ويربى ذوقها، ويشحذ إرادتها، ويسمو بدوافعها، فلن يمكن بأية حال من الأحوال أن يسود الأمة أو المجتمع رأى عام صحيح وسليم يقاوم الانحراف وينبذ الأنانية والتعصب، ويدفع عجلة التقدم والبناء، ويقف بجوار الحق والخير والعدل والجمال، وخاصة فى مجتمعاتنا المعاصرة التى تمر حالياً بمرحلة تغيير جذرى سواء على النطاق القومى أو العالمى.

وفى ضوء ما تقدم يتضح مدى خطورة الدور السلبى الذى يتضمنه الإنتاج الأدبى والفنى الملتزم بفكرة الأدب للأدب والفن للفن، والذى يستهدف فى واقع الأمر إبعاد الناس عن التفكير فى المسائل العامة والمشكلات الأساسية وإشاعة العنف والكراهية والتشاؤم واليأس، والترويج للمثل التعصبية المألوفة، كأسطورة الجنس الممتاز والدم النقى، وتبرير التعالى والعنف والقوة والاستغلال والاستبداد، ونحو ذلك من الأساليب النفسية التى تستخدمها القوى الاستعمارية العالمية للتمهيد للعدوان وللانقلابات والحروب الاستعمارية.

وإذا كان هذا هو الدور المحتم للفن والأدب فى ظل النظم النازية والفاشية وسائر النظم الاستعمارية الاستغلالية التى تتحكم الاحتكارات فى مقدراتها – وهو

دور يكمل فيه الأدب والفن وظيفة الدعاية السوداء والحرب النفسية - فإن للفن والأدب والثقافة عامة دوراً آخر فى بلادنا النامية الحديثة الاستقلال الشديدة الحرص على قيمها الأخلاقية التحررية يتسم بالإيجابية البناءة والمشاركة الفعلية فى بناء المجتمع الجديد، وفى إبراز انتصارات الإنسان على عوامل التخلف والجمود، ولذلك فإن الفن والأدب فى بلادنا ينبغى أن يعايش الجماهير فى حياتها: ينبض بنبضاتها، ويعكس إحساساتها ومشاعرها وانفعالاتها البناءة، ويبث فيها روح المقاومة للعدوان والتخلف والكفاح والتفاؤل والإيمان بنفسها وبالمستقبل الذى تبنيه، ويدفعها إلى العمل والإنتاج والتطور الدائب إلى الأفضل وتقديم الدوافع الإنسانية على كل ما عداها.

وإذا كانت وسائل الإعلام الحديثة فى القرن العشرين قد ضاعفت من تأثير الفنون والآداب على الرأى العام، فإنها قد ساهمت - فى الوقت نفسه - فى القضاء على دعوى أرستقراطية الأدب والفن وترفعه عن معالجة قضايا الناس والشعوب.

واعتقادنا الذى لا نسأم ترديده أنه من الضرورى جداً للصالح العام أن يرتبط كافة العاملين فى ميدان الفكر والفن والأدب والإعلام بترويج القيم الإنسانية والاجتماعية والسلوكية البناءة التى يسعى المجتمع إلى تحقيقها.

ملخص الوحدة

وخلاصة ما تقدم أن للرأى العام فى الدولة والمجتمعات الحديثة مقوماته التى يستلهمها كل فرد فى الجماعة - بقدر سعة ثقافته ووعيه وتجاربه واحتكاكه بالآخرين فى تكوين رأيه فى المسائل والقضايا العامة موضع النقاش والجدل، وهى ما يطلق عليها اليوم: "قضايا الرأى العام".

فالفرد - باعتباره جزءاً لا يتجزأ من الجماعة - يتأثر بثقافة تلك الجماعة، ويمثل حصيلة ما تعلمه وتلقنه ووعاه وترسخ فى عقله منها - بخيره وشره - إطاره المرجعى الأساسى.

فبقدر انفتاح الفرد أو انغلاقه على العادات والتقاليد والقيم المتوارثة يكون تأثر رأيه بها ، وكذلك الأمر فيما يتعلق بالدين والعقيدة والتربية والتعليم والأوضاع الاقتصادية والسياسية والدولية والتجارب والأحداث المهمة داخلياً وخارجياً التى أثرت ولصقت فى وجدان أمته جماعة وأفراداً.

وبجانب ذلك كله يبرز الدور الخطير الذى تلعبه أجهزة الثقافة والإعلام الجماهيرية فى مجتمعاتنا الحديثة وكذلك دور الزعامات وقادة الرأى.

أسئلة الوحدة

أولاً- أسئلة المقال :

س١ : علق على العبارات التالية مع التمثيل:

(أ) للثورات والتجارب المهمة تأثيرها البالغ على الرأى العام .

(ب) يرى بعض المفكرين ضرورة تمسك أجهزة الإعلام الجماهيرية بتقديم ما يؤدى إلى تأكيد القيم الإيجابية والترويج لها فيما تقدمه من معلومات وثقافة وفن.

ثانياً- الأسئلة الموضوعية :

س٢ :أكمل العبارات التالية:

(أ) اتسعت دائرة الرأى العام فى العصر الحديث بفضل زيادة التعليم والتنوير والوعى فشملت مناقشة الكثير من .... و .... الجامدة والضارة والمسيئة لصورة .... مثل عادة ....

(ب) البدع والخرافات والتعصب المقيت تسىء إلى جوهر .... الذى يقوم أساساً على .... و .... و ....

(جـ) سيادة المثل والقيم الديمقراطية هى .... تكوين .... سليم.

(د) للأوضاع الاقتصادية المختلة تأثيرها البالغ على .... الأمة وتماسكها و .... الرأى العام فيها.

س٣ ضع علامة (√) أو علامة (×) أمام العبارات الآتية :

(أ) تعتبر العادات والقيم وسائر الموروثات الثقافية من قبيل الآراء العامة داخل المجتمع . ( )

(ب) تأثير الدين فى توجيه الرأى العام يأتى فى المرتبة الثانية بعد تأثر الرأى العام بالعادات والتقاليد السائدة فى المجتمع . ( )

(جـ) تؤثر الاتجاهات السائدة فى التعليم تأثيراً كبيراً على مستقبل الرأى العام داخل الدولة . ( )

(د) تؤثر التجارب التى تخوضها بعض الشعوب فى توجيه الرأى العام لدى بعض الشعوب الأخرى . ( )

(هـ) يتأثر تكوين الرأى العام باختلاف نوع الزعامة والقيادة داخل المجتمع . ( )

(و) للأوضاع الدولية داخل الدولة الحديثة آثارها الواضحة على توجيه الرأى العام . ( )

(ز) يتأثر المناخ الإعلامى والثقافى بالرأى العام داخل الدولة . ( )

نماذج الإجابة

جـ٣: (أ) × (ب) × (جـ) √

(د) √ (هـ) √ (و) √

(ز) ×

الوحدة الثالثة

استغلال الدعاية

للخواص العقلية والنفسية لعملية التفكير

للتأثير فى الرأى العام

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١- يحدد تسع خواص عقلية ونفسية للإنسان تُستغل فى الدعاية للتأثير فى الرأى العام .

٢- يُعرف كل خاصية من الخواص العقلية والنفسية للإنسان التى تُستغل فى الدعاية للتأثير فى الرأى العام .

٣- يشرح طرق استغلال خمس خواص على الأقل من الخواص العقلية والنفسية للإنسان فى الدعاية من جانب أصحاب المصالح والغايات بهدف التأثير فى الرأى العام .

العناصر:

١/٣ الخواص العقلية والنفسية المرتبطة بعملية التفكير :

١/١/٣ الترميز .

٢/١/٣ التنميط .

٣/١/٣ التجسيد .

٣/١/٤ التبرير .

٣/١/٥ الإبدال أو التحويل .

٣/١/٦ الإسقاط .

٣/١/٧ التعويض .

٣/١/٨ التطابق .

٣/١/٩ التقمص .

المفاهيم المتضمنة :

ـ الترميز .	ـ التنميط .	ـ التجسيد .
ـ التبرير .	ـ الإبدال .	ـ الإسقاط .
ـ التعويض .	ـ التطابق.	ـ التقمص.

الوحدة الثالثة
استغلال الدعاية
للخواص العقلية والنفسية لعملية التفكير
للتأثير فى الرأى العام

مقدمة:

ميز الله البشر بما لم يميز به أياً من مخلوقاته الأخرى ، فقد حباهم بنعمتى العقل والتفكير، مما مكنهم من إدراك العالم حولهم وفهمه وتسخيره لخدمتهم. وهكذا ظهرت الحضارات وتنامت الاكتشافات والمخترعات ودُون التاريخ وصار للإنسان ذكر ووجود كريم وتراث ممتد على مر الزمان.

وفى هذا الجزء نعرض لأهم خواص العقل البشرى التى مكنته من تسهيل عملية الإدراك للمحسوسات والمجردات ، وتجميع ما لا يحصى من المعلومات وتخزينها واستخدامها فى تبادل التفكير والمعرفة ، وهو ما يطلق عليه اليوم "عملية الاتصال بالآخرين".

ومع تنامى المجتمعات البشرية وقيام الحكومات ، حرص الحكام والدعاة والعلماء وأصحاب النفوذ والمصالح – سواء أكانت أهدافهم خيرة أم شريرة على استكشاف هذه الخواص التى يتميز بها العقل البشرى فى محاولة منهم لاستغلالها لتطويع مجاميع البشر ، أو بمعنى آخر للسيطرة على عقولهم.

ونتناول فيما يلى بالدراسة أهم الخواص العقلية والنفسية للإنسان وكيفية استغلالها فى الدعاية من جانب أصحاب المصالح والغايات ـ وخاصة فى عالمنا المعاصر – بهدف التأثير فى الرأى العام.

١/٣ الخواص العقلية والنفسية المرتبطة بعملية التفكير:

لعل من أهم الخواص العقلية والنفسية المتصلة بعملية التفكير ركون العقل إلى الاستعانة بالرموز والأنماط والتجسيد وميله إلى التبرير والإبدال والإسقاط والتحويل.. إلخ.

وسنتناول فيما يلى كل خاصية من هذه الخواص بشىء من التفصيل، مع بيان كيفية استغلال أجهزة الدعاية - وخاصة ذات الطابع السياسى - لها فى محاولة السيطرة على عقول البشر، وبالتالى على ما نسميه فى عصرنا هذا بالرأى العام:

١/١/٣ الترميز:

التفكير باستخدام الرموز هو أساس عملية التفكير والاتصال بالآخرين بوجه عام، فتبسيط مجموعات الظواهر فى شكل رموز معناه الإلغاء الصناعى للتباين الموجود بين الأفراد فى عالم التجربة، وهنا يصبح التفاهم بين الأفراد ممكناً على أساس هذه الرموز العامة التى حلت محل التجارب الفردية والتى أصبح لها مدلول عام متفق عليه بين أفراد الجماعة.

وقد لجأ العقل الإنسانى إلى خلق الرموز كعملية حتمية لتنظيم التجارب الإنسانية العديدة فى شكل مبسط، حتى يسهل عليه تبويبها واختزانها وتذكرها. وما اللغة والأرقام والتصورات إلا رموز عقلية مبوبة تدفعها التجارب اليومية إلى عالم الشعور.

وتختلف مدلولات الرموز باختلاف الحضارات والثقافات، ويتضح هذا بصفة خاصة فى الرموز المجردة، فمدلول كلمة الحرية مثلاً يختلف اختلافاً كبيراً من مجتمع إلى مجتمع آخر، وبالتالى فإن إختلاف العادات والتقاليد والأيديولوچيات أو الأفكار المسيطرة - كما يسميها البعض - قد يؤدى إلى صعوبات كبيرة فى التفاهم بين جماعة وأخرى أو فرد وآخر.

ويصدق هذا بالنسبة للاختلافات المهنية أيضاً ، فالمصطلحات الهندسية

والطبية مثلاً لا يفهمها غير المهندسين والأطباء.. إلخ. ولكل حضارة رموزها العامة الأساسية التى تؤسس الخلفية والحدود لمدلولات التفكير لكل فرد من أفراد الجماعة فى عصر من العصور. وتتخذ هذه الرموز العامة لدى الفرد شكل المعتقدات الأساسية، فلا يستطيع - فى معظم الأحيان - أن ينقدها أو أن ينظر إليها فى ضوء مدلولاتها لدى الجماعة الأخرى، أو أن يخرج عن حدود القوالب المحددة لها، فهو دائماً أسير لها.

وتتمثل هذه الرموز العامة الشائعة فى عبارات وأشياء وأشخاص تحيطها الجماعة بالتقديس والاحترام. ومن أمثلة هذه الرموز المبجلة: الأعلام والمناطق التاريخية والأضرحة وبعض العبارات والأناشيد والأغانى والأشخاص. وتفقد هذه الرموز الكثير من قيمتها إذا فقدت احترام الجماعة لها ، وقد تتخذ بعض الجماعات الصغيرة رموزاً خاصة بها، وكذلك يفعل بعض الأصدقاء والمحبين. وتتمثل هذه الرموز عادة فى كلمة أو مقطوعة موسيقية أو حادثة أو مكان يرمز إلى هذه الصداقة أو المحبة.

فالارتباط الحتمى للرموز بعملية تبسيط التفكير وتنظيمه يجعلها ذات قيمة عاطفية كبيرة لدى المستخدمين لها(*). ولذلك فإن استخدام الرموز بمهارة يؤدى غالباً إلى إثارة استجابة عاطفية قوية لدى الجماهير. وأجهزة الدعاية الحديثة تعلم هذا تمام العلم وتستغله على نطاق واسع لاستثارة الجماهير على النحو الذى تريده.

ويوضح ذلك الأستاذ (البج)فى معرض حديثه عن الرموز فيقول: "يوجد اليوم قدر شاسع من التنظيم الواعى والاستخدام الماهر للرموز فى الحضارة الغربية فبينما يوجد قدر قليل من التبجيل للشعارات الدائمة كتلك التى كانت سائدة فى القرون الوسطى، نجد أن هناك اهتماماً عظيماً بإعداد أعضاء الجماعات الكبيرة للاستجابة

(*) لاحظ القيمة الانفعالية المصاحبة لكلمات مثل: مصر، النيل، مكة المكرمة، المدينة المنورة، القدس الشريفة، المسجد الأقصى.

لمجموعات مختلفة من الرموز. وكان زعماء النازية يروجون بوعى عديداً من الشعارات نذكر منها الصليب المعقوف والسلام النازى والأردية الخاصة والأعلام والأناشيد والأزياء الرسمية(*).

وفى ميدان الاتصال أمثلة للرموز الأخرى التى تروج بوعى فى عالمنا الحديث(**) كالشعارات والماركات التجارية والصور والرسوم الرمزية المختلفة(***)، وكالأساطير التى تذاع عن بعض المشاهير من الأحياء وليس من الأموات فقط ..

وتهتم الزعامات المعاصرة اهتماماً كبيراً باستخدام الرموز وترويجها، يساعدها فى ذلك المعرفة الواسعة بعلم النفس، والاستخدام الواعى لأجهزة الإعلام، على أن الإغراق فى استخدام الشعارات وفى تغييرها يفقدها الكثير من قيمتها وأثرها لدى الجماهير.

٣/١/٢ التنميط:

الأنماط ليست - فى حقيقة الأمر - سوى رموز تستخدم على نطاق واسع فى عملية تكوين الرأى العام، حيث تصبح الأمثلة الشعبية والشعارات والجمل الشائعة والأغانى والتصاوير والتماثيل والأعلام رموزاً عامة متداولة فى المجتمع.

وتنبع الأنماط الشائعة من خاصيتين نفسيتين أساسيتين هما: خاصية تحويل المجردات إلى محسوسات، وخاصية التبسيط، فاستخدام الأنماط فى عملية التفكير ضرورة يلجأ إليها العقل لتبسيط تخزين المعلومة وتنظيمها واسترجاعها عند الحاجة. وتعبر الأنماط عادة عن مجموعة من الأفكار السابقة المكتسبة من حضارة الجماعة والتى جمدت مع الزمن.

ويعنينا هنا بصفة خاصة الأنماط الشائعة التى تستخدم فى مجال إبداء الرأى

(*) البج (وليام): الرأى العام الحديث، ص٧٩، طبعة ,١٩٥٦

(**) لاحظ الشعارات والرموز التى يستخدمها الباعة فى مصر للمناداة على سلعهم مثل قولهم: "حب العزيز الربعة بقرش، حلو ولذيذ الربعة بقرش". وقولهم: "ولا تين ولا عنب زيك يا جميز".

(***) مثل رسم الهلال والصليب متعانقين للدلالة على الوحدة الوطنية التى تجمع كلا من المسلمين والمسيحيين فى مصر.

للإشارة إلى جماعات أو طبقات أو أمم معينة، أو إلى طابع معين من الأشخاص أو الشخصيات أو الثقافات أو الأفكار.

وتتضح خطورة هذه الخاصية العقلية فى ظاهرة تصنيف الجماعات أو الأفراد الغريبة عنا طبقاً لهذه الأنماط الجامدة، ومعاملتهم على أساس أحكامها بدلاً من معامتهم على أساس الحقيقة المكتسبة من المعرفة والتجربة الشخصية، أو بمعنى آخر على أساس موضوعى خالص. ومن أمثلة ذلك فى مجتمعنا العديد من الأمثال الشعبية والعبارات التى تستخدم فى غير موضعها لتشويه صورة بعض القوميات أو الأجناس أو حتى بعض فئات المواطنين(*).

وقد فطنت لجنة محاربة الكراهية العنصرية التابعة لهيئة التعبئة الحربية للكتاب الأمريكيين خلال الحرب العالمية الثانية إلى مدى خطورة هذا السلاح المعنوى، فاهتمت بدراسة دور الكتاب الأمريكيين فى الترويج للأنماط العنصرية، وتشجيع التفرقة العنصرية وتحبيذها، سواء عن وعى أو عن غير وعى، وبالتالى خدمة أغراض الدعاية النازية التى كانت تسعى بكل الطرق لإثارة الفتنة بين الأقليات الجنسية وإثبات نظرية التفوق العنصرى.

وبناء على ذلك، عهدت اللجنة المذكورة إلى مكتب الأبحاث الاجتماعية التطبيقية بجامعة كولومبيا بعمل دراسة للصورة التى تضفيها وسائل الإعلام الجماهيرية على الأنجلوساكسونيين البيض البروتستانت ومقارنتها بتصويرها لسائر العناصر المكونة للشعب الأمريكى.

وفى ١١ يناير عام ١٩٤٥ أذاعت هيئة التعبئة الحربية للكتاب الأمريكيين نتائج هذه الدراسة فى اجتماع كبير عقد بمسرح باريترون بلازا بنيويورك، دعى

(×) تحظى صورة "الحماة" بألوان من الأنماط المسيئة فى الكثير من الأمثال الشعبية ، لاحظ أيضاً الأنماط المغرضة المتداولة لدى البعض للإساءة لأهالى الشرقية أو المنوفية أو الصعيد كنوع من الفكاهة أو التنفيس عن الغضب.

إليه ٦٠٠ من الكتاب والمحررين والفنانين والناشرين ورجال الإذاعة والفنيين العاملين فى وسائل الاتصال.

وقد أثبتت الدراسة المذكورة أن التكرار المستمر للأنماط العنصرية قد أدى إلى المبالغة فى ترويج الفكرة الزائفة الخاطئة التى تقول بأن الولايات المتحدة بلد أنجلوساكسونى يقطنه البيض البروتستانت، وتشغل فيه العناصر الجنسية والدينية الأخرى مراكز أقل جدارة.

فقد ثبت من دراسة ١٨٥ قصة قصيرة نشرت خلال الأعوام من ١٩٣٧ إلى ١٩٤٣ فى الأعداد التى صدرت من ثمانى مجلات أمريكية واسعة الانتشار هى مجلات ساترداى ايفننج بوست، وكوليرز، وأمريكان كوزموبوليتان، وليدزهوم جورنال، ومانزهوم كومبانيون، وتروستورى، وتروكونفشنز، ثبت أن ٩٠,٨٪ من الشخصيات البارزة فى تلك القصص والبالغ عددها ٨٨٩ شخصية كانت شخصيات أنجلوساكسونية ، أما الشخصيات الممثلة للأجناس الأخرى التى يتكون منها الشعب فلم تزد نسبتها عن ٩,٢٪ ولم تتجاوز الشخصيات الزنجية فى كل هذه القصص ست عشرة شخصية.

وقد اتضح أن كتاب هذه القصص قد اعتنوا عناية خاصة بالشخصيات الأنجلوساكسونية، فأظهروها فى مواقف مشرفة خيرة وسمات جميلة محببة، وأوكلوا إليها أعلى المناصب وأهمها، بعكس الشخصيات المنتمية إلى الأجناس الأخرى التى صورت بحيث يمكن استغلالها بسهولة لتأكيد الأنماط الشائعة التى تصور الزنوج كسالى، واليهود ماكرين، والأيرلنديين مخرفين والإيطاليين مجرمين..إلخ.

ومن دواعى الأسف أن الدراسات التحليلية لمضمون وسائل الإعلام الأخرى كالمسرحيات والأفلام السينمائية وبرامج الإذاعة والمطبوعات المصورة الهزلية والجرائد السينمائية – بل والإعلانات – قد أدت ، ولا تزال حتى يومنا ، هذا إلى نتائج مشابهة بصفة عامة لنتيجة الدراسة الصحفية سالفة الذكر.

ويلاحظ بعد تقسيم فلسطين واحتدام الصراع العربى الإسرائيلى والتحيز الغربى بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية، أن العرب قد تعرضوا فى السنوات الماضية لمحاولات دعائية معادية لترويج مجموعة من الأنماط المسيئة لهم فى أجهزة الإعلام العالمية من صحافة وإذاعة وسينما وتليفزيون وغير ذلك.

ومن مزايا استخدام الأنماط سهولة التذكر وسهولة الترويج وسهولة الإثارة والتهييج، وخاصة للجماهير قليلة الحظ من الثقافة، وهذه المزايا نفسها هى التى تجعل منها سلاحاً خطيراً فى الحملات الدعائية بصفة عامة..

٣/١/٣ التجسيد:

يعتبر التجسيد من الخواص الملازمة لعملية التفكير، ما لم يتمرن الإنسان على التفكير المجرد، ومنذ بزوغ الإنسانية والإنسان يجسد قوى الطبيعة فى شكل آلهة وشياطين، وفى الفنون والآداب الشعبية يشمل التجسيد كثيراً من المجردات: كالقيم الأخلاقية والعدالة والحرية والقانون..

والكتب الدينية عامرة بألوان عديدة من التجسيد للمجردات، فمن ذلك مثلاً تجسيد القرآن الكريم لفكرة الإنفاق فى سبيل الله وما تعود به على المنفقين من خير، إذ يقول: {مثل الذين ينفقون أموالهم فى سبيل الله كمثل حبة أنبتت سبع سنابل فى كل سنبلة مائة حبة والله يضاعف لمن يشاء }.

وانظر أيضاً تقريب القرآن الكريم لمعنى الجنة، ومن أمثلة ذلك قوله تعالى فى سورة "محمد":{مثل الجنة التى وعد المتقون فيها أنهار من ماء غير آسن وأنهار من لبن لم يتغير طعمه وأنهار من خمر لذة للشاربين وأنهار من عسل مصفى ولهم فيها من كل الثمرات ومغفرة من ربهم }(*).

وتتسع عملية التجسيد فى مجتمعنا الحديث لتشمل جميع نواحى الحياة الإنسانية من اجتماعية وسياسية واقتصادية، فحين نذكر السياسة الدولية

(*) انظر: محمود بن الشريف: الأمثال في القرآن - سلسلة اقرأ رقم ٢٦٥ - دار المعارف.

والاقتصاد العالمى مثلاً يتبادر إلى ذهن الإنسان العادى فى الحال صور أشخاص معينين فى ميدان السياسة أو الاقتصاد. وترتبط فى أذهان كل منا صور معينة للوطن والأسرة والمدرسة والعمل كلما جاء ذكرها أمامنا أو فكرنا فيها.

ويستغل خبراء الدعاية والنحاتون والفنانون الشعبيون ورسامو الكاريكاتير والكارتون هذه الخاصية الفنية استغلالاً بارعاً لإثارة العواطف والانفعالات أو تجسيد المواقف أو القضايا أو القيم الاجتماعية والسياسية وغيرها.

ولا شك فى أن الفيلسوف "أوجست كنت"، كان جاداً تمام الجد حين نصح تلاميذه ومريديه أن يصنعوا شعاراً للإنسانية يتجسد فى صورة امرأة جميلة من شهيرات النساء فى التاريخ البشرى.

٤/١/٣ التبرير:

يلجأ العقل البشرى إلى نوع لا شعورى من ألوان خداع النفس، عن طريق تفسير بعض ألوان من التفكير والسلوك غير المنطقى وغير السوى الذى يقدم عليه الإنسان فى بعض الأحيان فى ضوء أسباب مقبولة اجتماعياً بغض النظر عن الأسباب والدوافع الحقيقية. ويبرر رجال علم النفس هذه الخاصية بحاجة الإنسان إلى إسكات ضميره للتخلص من القلق والصراع النفسى والإحباط ولو بخداع النفس على حساب الحقيقة والحق والعدل وغيرها من القيم التى يؤمن بها..

ويستغل السياسيون ورجال الدعاية والإعلان والعلاقات العامة هذه الخاصية العقلية استغلالاً كبيراً لكسب الجماهير عن طريق إشاعة سيل من المبررات القوية بدلاً من توضيح الأسباب الحقيقية وراء قضية معينة أو إجراء ما.

ويقدم بعض رجال السياسة لأتباعهم ألواناً كثيرة من التبريرات الوجيهة ظاهرياً سواء لتفسير أفعالهم أو لدفعهم إلى أعمال معينة لا تستقيم مع الحق والعدل والتفكير السليم.

وكان، هتلر، بارعاً فى تقديم التبريرات الكافية لأتباعه لكى يدفعهم إلى استخدام القوة والعنف، مستغلاً فى ذلك تحيزاتهم العنصرية القوية الناجمة – فى

حقيقة الأمر - عن الرغبة فى إثبات وجودهم وتحقيق ذواتهم على حساب الأجناس الأخرى. وكذلك تفعل الآن اسرائيل فى فلسطين والولايات المتحدة فى العراق وأفغانستان وجوانتانامو ...إلخ .

وخاصية التبرير تعتبر تفسيراً لكثير من ألوان التناقض التى نصادفها فى عالمنا هذا سواء فى سلوك الأفراد أو الجماعات.

فعلى أساس من التبريرات المصطنعة تضطهد مجتمعات الرجل الأبيض المتقدمة الزنوج، والملونين عامة، ويحارب أبناء الوطن الواحد بعضهم بعضاً، ويساق الشباب إلى حروب غير عادلة فى أنحاء شتى من العالم، وتخترع وسائل الفتك والإبادة الجماعية وتستخدم ضد المسالمين والأطفال والشيوخ والنساء والعجزة كما حدث فى هيروشيما ونجازاكى مثلاً فى نهاية الحرب العالمية الثانية بحجة إنهاء الحرب وتجنيب العالم مزيداً من التضحيات، وكما يحدث حالياً فى بعض دول أفريقيا وفى مناطق أخرى كثيرة من العالم - مثل فلسطين المحتلة والعراق والبوسنة والهرسك وكوسوڤو والشيشان- تبريراً لقمع حركات التحرر والخروج على طاعة المحتلين أو المستغلين أو لإعادة توزيع مناطق النفوذ للدول الكبرى خاصة بعد اختلال التوازن العالمى بانحلال الاتحاد السوڤيتى واختفائه كإحدى الدولتين الكبيرتين اللتين سيطرتا على توجيه السياسة العالمية بعد هزيمة المحور فى الحرب العالمية الثانية عام ١٩٤٥ وحتى أوائل التسعينيات من القرن العشرين .

٥/١/٣ الإبدال أو التحويل:

الإبدال من العمليات اللاشعورية التى يلجأ إليها العقل، ومعناه أن الحالة الانفعالية إذا وجدت عائقاً فى موضوع ما فإنها تتحول إلى موضوع آخر يغلب أن يكون به بعض الشبه أو الصلة بالموضوع الأول ؛ فكراهية تلميذ لمعلمه قد تكون ناشئة من كراهيته لوالده والتى لا يمكنه أن يعبر عنها تعبيراً صريحاً، وكراهية التلميذ للسلطة الأولى وهى سلطة الوالد قد تتحول إلى كراهية لسلطة المدرسة

فيهرب منها، وإلى كراهية لسلطة المجتمع والقانون، وبذلك قد تبدأ النزعات الإجرامية من سرقة واعتداء وانحراف... إلخ.

وعملية الإبدال لا تتم على نطاق الفرد فقط، وإنما تتم أيضاً على نطاق الجماعة. ويستغل بعض السياسيين ورجال الدعاية هذه الخاصية فى تحويل اتجاهات الرأى العام وخاصة فى وقت الأزمات.

ومن الأمثلة الواضحة على ذلك نجاح هتلر فى تحويل سخط الشعب الألمانى على الحالة الاقتصادية السيئة إلى سخط على اليهود والشرق والغرب فى آن واحد، وكذلك محاولة بعض الجهات تحويل سخط الرجل الأبيض وخاصة فى أوقات البطالة والأزمات الاقتصادية إلى سخط على الأجانب والزنوج والملونين عامة. والعالم يشهد حالياً الكثير من الممارسات العنيفة وخاصة فى أوربا ضد الأجانب المنحدرين من أصول غير أوربية والتى يقوم بها الشباب الأوربى العاطل عن العمل بفعل وقوعه فى براثن بعض الأحزاب العميلة لقوى الشر والعدوان والتى لا تلقى عادة تأييداً من جيل الآباء الذين قاسوا أهوال الحرب العالمية الثانية ومازالت أسبابها وأهوالها حية فى نفوسهم.

٦/١/٣ الإسقاط:

وعملية الإسقاط كما جاء فى كتاب الدكتور القوصى(*) شبيهة بإسقاط الصورة من داخل الفانوس السحرى على ستارة أو حاجز موجود فى الخارج، فالصورة لا تنتمى فى الأصل إلى الحاجز الذى أسقطت عليه، وإنما تنتمى إلى الفانوس من داخله.

والإسقاط هو تفسير العقل لأعمال الغير بحسب ما يجرى فى نفوسنا، فصفتان كالبخل أو الغرور نجد فيهما أن البخيل أو المغرور أكثر الناس اتهاماً لغيره بهما، فكل من هاتين الصفتين يخجل المرء من نسبتها إلى نفسه فقط، فيريح نفسه بأن

(*) انظر المراجع فى نهاية الكتاب.

ينسب لجميع الناس الصفة الموجودة فى نفسه أو ينسبها لغيره ويبرئ نفسه منها. ومن شأن عملية الإسقاط انعدام النظرة الموضوعية للأمور، وإشاعة التحيز.

فالأشخاص والجماعات الذين يرفضون مواجهة أخطائهم يتلمسون دائماً كباش فداء. وتستغل عملية الإسقاط بصفة خاصة فى ترويج العديد من الشائعات التى لا سند لها من الواقع والتى ترمى إلى إشاعة الاحتقار أو الكراهية لشعب من الشعوب، أو لجماعة من الجماعات أو لسلطة من السلطات الحاكمة. ومن أمثلة عمليات الإسقاط الصارخة فى تاريخنا الحالى ما اعتادت عليه الحكومات الإسرائيلية المتعاقبة والولايات المتحدة مؤخراً من توجيه الاتهامات بالإرهاب والتعصب لشباب المقاومة الشعبية الفلسيطينية واللبنانية والعراقية لإخفاء نواياها العدوانية وممارساتها غير الإنسانية ضد الدول والشعوب العربية المقاومة للاحتلال.

٧/١/٣ التعويض:

هى محاولة يلجأ إليها العقل خاصة فى ظروف الاضطهاد الداخلى أو الخارجى لإثبات الذات والشعور برضا النفس كنوع من التخفيف ورفع الروح المعنوية.

فمن ذلك مثلاً صمود الشعب اليابانى أمام الاحتلال الأمريكى لبلاده بعد الحرب العالمية الثانية بما تبع ذلك من تعرضه لقنبلتى نجازاكى وهيروشيما النوويتين اللتين استخدمتهما الولايات المتحدة الأمريكية للإسراع فى إنهاء الحرب أو كما يدعى البعض لإرهاب حلفاء الأمس وأعداء الغد كما كانت نظرتها لحليفتها الكبرى الاتحاد السوفيتى..

فبالصمود والثقة بالنفس واستلهام القوة من تاريخ أجدادهم الأوائل وعزيمتهم الجبارة التى لا تعرف اليأس ، وتقاليدهم التليدة فى الفروسية وحب الوطن والعمل والشغف بمزيد من المعرفة، استطاع اليابانيون أن يعوضوا شعورهم بالخزى والعار أمام الغزاة الأجانب وأن ينهضوا ببلادهم من كبوتها وإذلالها ويكونوا لهم اقتصاداً قوياً يعد حالياً أكبر منافس للاقتصاد الأمريكى ومصدراً لقلقه.

وهناك أمثلة كثيرة سواء على نطاق الأفراد أو الجماعات للعمل والكفاح لتعويض عجزهم الجسمانى أو المادى. ولا ننسى انتصار مصر فى حرب أكتوبر ١٩٧٣ حين حرصت جيشاً وشعباً وحكومة على تعويض إذلال هزيمة ١٩٦٧ والقضاء على أساطير الجنس المتخلف أبداً والجيش الذى لا يهزم وغير ذلك من ترهات وغرور العدو الصهيونى الذى تجاهل التاريخ المجيد والحضارة العظيمة لأقدم وأعظم دولة شهدها العالم منذ آلاف السنين حين كانت معظم شعوب أوروبا فى طى الغيب أو برابرة يهيمون على وجوههم فى رحاب الأرض.

فعملية التعويض التى يلجأ إليها العقل البشرى - إذن - هى حافز عظيم إذا اكتمل وعى الفرد أو الجماعة وإصرارها على تجاوز المحن وأسباب اليأس والإحباط واتخاذ الطريق السوى السليم لبلوغ ذلك دون الوقوع فى براثن أحلام اليقظة وهذا يتطلب بطبيعة الحال توافر الرأى العام قوى الإعداد.

٨/١/٣ التطابق:

يستخدم العقل هذه الخاصية العقلية كطوق نجاة للفرد من اضطهاد الجماعة أو السلطة الحاكمة الدكتاتورية له إذا لم يتطابق رأيه المعلن مع اتجاهاتها ومراميها.

فالإنسان كما قلنا فى مقدمة هذا الجزء من الكتاب عضو فى جماعة وهو حريص على التوافق مع ما ينتهى إليه رأيها فى القضايا الأساسية الهامة وخاصة ما يتعلق منها بموضوعات حساسة تمس الشعور أو المعتقدات العامة القائمة..

كما أن الفرد عامة كثيرا ما يتلمس السلامة والنجاة بالتعبير عن اتفاقه مع رأى السلطة حتى لو خالف رأيه الحقيقى وذلك حتى لا يتعرض للاتهام بالتطرف أو بالإلحاد أو الخيانة .

ومن حسن الحظ - أو سوئه - كما يقول أحد الكتاب "أنه يوجد دائماً فى

المجتمع بضعة أشخاص يتمتعون بخصائص وخبرات مختلفة عن غيرهم من الناس تجعلهم غير قادرين على هذا النوع من التوافق ، وأمثال هؤلاء الناس – شريطة أن يكونوا حكماء وأسوياء – هم فى العادة الذين يحسون بالرأى العام «المرتقب» بينما يكون هذا الرأى لا يزال كامناً ".

وأضيف إلى قوله هذا أنهم عادة لفيف من مفكرى القوم الواعين الذين يؤمنون بقضية عامة يرونها عادلة والذين يتسمون بالشجاعة والقدرة على التضحية. وهم عادة يبدأون قلة مضطهدة وينتهون كثرة غالبة إذا أفلحوا فى بث الوعى فى مجتمعاتهم.

وإلى مثل هؤلاء القوم ينتمى أصحاب العقائد على مر العصور واختلاف الانتماءات.. ونضرب أمثلة لذلك بالمسيحيين والمسلمين الأول وبالثوريين والمصلحين.

٩/١/٣ التقمص:

يتقمص الطفل عادة شخصية أبيه أو أخيه الأكبر وقد يتقمص بعد ذلك شخصية مدرسه أو أية شخصية محببة إليه سواء كانت حقيقية أو وهمية من الشخصيات التى تزخر بها برامج ومسلسلات التليفزيون أو أفلام السينما ومجلات الأطفال والشباب ، وهنا يكمن الخطر الكبير الماثل فى تأثير مثل تلك الشخصيات الوهمية خاصة إذا كانت خارجة عن نطاق القيم والأخلاق والسلوك التى يرتضيها المجتمع.

ومن أخطر ظواهر الهيمنة الثقافية فى عصرنا الحالى – عصر العولمة ـ محاولة بعض الدول الكبرى الترويج لمثلها القومية الخاصة وأسلوبها فى الحياة وألوان السلوك السائدة فيها بين شعوب الدول الأخرى وخاصة النامية رغم الاختلاف البالغ فى القيم والعادات وظروف الحياة بل والتناقض الشديد أحياناً.

وتلعب أجهزة الاتصال العالمية الدور الأساسى فى محاولة فرض هذا اللون من

الهيمنة الثقافية بمعناها الواسع على شعوب العالم الثالث بصفة خاصة ؛ حيث يقع بعض شبابها ضعيف الانتماء لأهله ووطنه فى براثن هذا الخداع بتقمص أساليب الحياة اليومية لتلك الثقافة المستوردة سواء فى لبسه أو أكله وشربه أو كلامه وسلوكه.. وهكذا ومن خلال هذا الغزو الثقافى العام (الكتاب - المدرسة - الصحف والمجلات - المحطات التليفزيونية الفضائية - لعب الأطفال- وألوان التسلية الأخرى). إضافة إلى المحالِّ الضخمة التى تروج لألوان وافدة من الشراب والأطعمة والملابس المستوردة استكمالا لعناصر الغزو الاقتصادى والتبعية الإعلامية تمهيداً للتبعية السياسية على نحو أو آخر.

ملخص الوحدة

عرضنا فى هذا الجزء من الكتاب لأهم الخواص العقلية والنفسية التى يلجأ إليها العقل البشرى فى عملية التفكير؛ فبدأنا بعملية الترميز التى هى أساس تنظيم المعرفة البشرية على نحو جماعى عام وبالتالى تحقيق الاتصال بين أفراد الجماعة الإنسانية مما ميزها عن غيرها من خلق الله ومكن لها من التفاهم والتضامن والرقى والتقدم ، فالحضارات كلها مدينة لهذه العملية.

وعرضنا لألوان التبسيط المختلفة التى يلجأ إليها العقل لاختزان المعرفة وتداولها بسهولة فتحدثنا عن التنميط والتجسيد كوسيلتين لتخزين أكبر قدر من الخبرة والمعرفة بالبشر والظواهر المختلفة.

كما تحدثنا عن بعض الخواص النفسية التى يلجأ إليها العقل البشرى فى محاولة الفرد التواؤم مع الجماعة والمجتمع الذى يعيش فيه وسهولة التعامل معه، فشرحنا خواص التبرير والتحويل والإسقاط والتعويض والتطابق والتقمص.

وقد حاولنا فى شرح ما تقدم الربط بين هذه الخواص والأساليب العقلية والأساليب الدعائية التى تقوم على استكشاف العقل البشرى ومحاولة السيطرة عليه أو بمعنى أدق السيطرة على الرأى العام.

أسئلة الـوحـدة

أولاً ـ أسئلة المقال :

س١ : عرف ما يلى باختصار:

(أ) التبرير.

(ب) الإبدال أو التحويل.

(جـ) الإسقاط.

(د) التقمص.

ثانيًا ـ الأسئلة الموضوعية :

س٢ : أكمل الجمل التالية:

(أ) تختلف مدلولات .... باختلاف .... والثقافات. ويتضح هذا بصفة خاصة فى الرموز .... فمدلول كلمة الحرية .... كبيراً من .... إلى ....

(ب) إن استخدام الأنماط فى عملية .... ضرورة يلجأ إليها العقل لـ .... العملية وسهولة .... وتذكرها.

(جـ) منذ بزوغ .... والإنسان .... قوى الطبيعة فى شكل .... و .... ، وفى الفنون والآداب الشعبية يشمل .... كثيراً من ....كالقيم .... و.............. و ....

س٣ ضع علامة (√) أو علامة (×) أمام العبارات الآتية :

(أ) الترميز هو عبارة عن أنماط تستخدم على نطاق واسع فى عملية تكوين ( )

الرأى العام .

(ب) يعتبر التجسيد من الخواص الملازمة لعملية التفكير ، ما لم يتمرن الإنسان على التفكير المجرد. ( )

(جـ) يمكن استغلال خاصية التبرير فى كسب تأييد الجماهير . ( )

(د) تعتبر عملية الإبدال من العمليات العقلية اللاشعورية التى تتم على نطاق الفرد دون الجماعة . ( )

(هـ) الإسقاط هو تفسير العقل لأعمال الغير بحسب ما يجرى فى نفوسنا . ( )

(و) يستخدم العقل خاصية التعويض كطوق نجاة من الاضطهاد إذا لم يتطابق رأيه المعلن مع الاتجاهات العامة . ( )

نماذج الإجابة

جـ٣ (أ) ×	(ب) ✓	(جـ) ✓
(د) ×	(هـ) ✓	(و) ×

الوحدة الرابعة
الدوافع الأساسية للسلوك البشرى
واستغلال الدعاية لها

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١- يصنف الدوافع الأساسية للسلوك البشرى إلى صنفين .

٢- يشرح طرق استغلال الدوافع البيولوجية فى الدعاية بهدف التأثير فى الرأى العام .

٣- يعطى أمثلة من التاريخ المعاصر على استغلال نظم الحكم الفاشية احتياجات الإنسان البيولوجية.

٤- يعدد الدوافع الاجتماعية للإنسان .

٥- يشرح طرق استغلال الدوافع الاجتماعية فى الدعاية بهدف التأثير فى الرأى العام .

العناصر:

٤/١ الدوافع الأساسية للسلوك البشرى :

٤/١/١ الدوافع البيولوجية .

٤/١/٢ الدوافع الاجتماعية .

٤/١/٢/١ احتياجات الأمان .

٤/١/٢/٢ احتياجات الحب .

٤/١/٢/٣ احتياجات التقدير والاحترام .

٤/١/٢/٤ احتياجات تحقيق الذات .

المفاهيم المتضمنة :

- الدوافع الأساسية للسلوك البشرى .

الوحدة الرابعة
الدوافع الأساسية للسلوك البشرى
واستغلال الدعاية لها

مقـدمـة:

عرضنا فى موضع سابق من هذا الكتاب المحاولات المتتالية، لبعض القوى للسيطرة على البشر بالتعرف على الخواص العقلية والنفسية، التى يستند إليها التفكير البشرى واستغلالها.

ونعرض فى بحثنا اليوم محاولة تلك القوى استكمال السيطرة على الإنسان من خلال دراسة الصلة بين احتياجاته والدوافع الأساسية لسلوكه.

فهناك حاجات أساسية طاغية تثير فى النفس البشرية، تلك الدوافع بما تحدثه فيها من توترات قوية تحركها إلى سلوك بعينه فى سعيها الدءوب لإشباع تلك الحاجات حسب أولويات مبدئية لا غنى للحياة عنها: تبدأ باحتياجات المحافظة على الحياة ذاتها، وتليها مجموعة من الاحتياجات الاجتماعية تتمشى مع أولويات احتياجات الإنسان ككائن اجتماعى ميزه الله عن غيره من الكائنات بما حباه به من عقل مفكر مبدع وانتماء شديد لرفاقه فى البشرية بدءاً بأسرته ومجتمعه وامتداداً للجنس البشرى جميعاً.

والأمر البدهى الذى تدركه كافة القوى التى تتصارع على السيطرة على عقول البشر وسلوكهم أن الطريق الأمثل ـ والوعر فى الوقت نفسه – للاقتراب من تحقيق ذلك الهدف إنما يكون بالدراسة الجيدة لكافة مقومات الإنسان، لاستغلال نواحى القوة والضعف فيه حسب طبيعة النيات الحقيقية لتلك القوى المتصارعة عليه إن خيرة أم شريرة.. وسواء كانت تلك القوى سياسية اقتصادية أم اجتماعية تربوية.. إلخ، فجميعها يهدف فى النهاية إلى تطويع الإنسان لتحقيق مصالحها عن طريق

استغلال خواصه العقلية والدوافع الأساسية لسلوكه لتشكيل رأيه العام.

١/٤ الدوافع الأساسية للسلوك البشرى:

تُعنى الدعاية فى سيعها إلى السيطرة على الإنسان بدراسة الدوافع الأساسية للسلوك البشرى حتى يمكنها أن تستغل هذه الدوافع فى تحقيق أهدافها.

وقد وجد علماء النفس أن هذه الدوافع تنقسم إلى مجموعتين أساسيتين هما: مجموعة الدوافع العضوية التى تنبع أساساً من الاحتياجات العضوية للكائن الحى بما فى ذلك الإنسان ومجموعة الدوافع الاجتماعية التى تنبع عن كون الإنسان حيواناً اجتماعياً.. وسنتناول فى هذا البحث تحليل كافة هذه الدوافع التى تؤثر فى سلوك الإنسان، لتبيان كيفية استغلال الدعاية لها.

١/١/٤ الدوافع البيولوچية:

وتنبع هذه الدوافع من حاجة الكائن الحى وحرصه على استمرار الحياة ، وتمثل الاحتياجات العضوية حجر الأساس فى بناء نظرية الدوافع السلوكية. وقد أثبتت الأبحاث أن البواعث العضوية تنبع أساساً عن محاولة الكائن الحى المحافظة على وجوده بالمحافظة التلقائية على سلامة الدورة الدموية واستقرارها عن طريق توفير النسب اللازمة للدم من الماء والأملاح والسكر والبروتين والكالسيوم والدهون والأوكسچين والحرارة والڤيتامينات والهرمونات... إلخ.

وطبقاً لذلك يعتبر بعض علماء النفس أن اشتهاء الإنسان للون معين من الطعام إنما يرجع فى حقيقة الأمر إلى وجود نقص معين فى خلايا الجسم يسعى إلى تعويضه عن طريق هذا اللون من الطعام.

ونظراً لارتباط الاحتياجات العضوية بالوجود أو العدم فإنها تمثل بطبيعة الحال وبالتجربة أقوى الاحتياجات جميعاً. فدوافع السلوك الأساسية لدى الإنسان الذى تنقصه كل احتياجات الحياة إنما تنشأ عن احتياجاته العضوية فى المقام الأول: فالإنسان الذى يعانى نقص الطعام والأمان والحب والتقدير إنما يعنيه قبل كل

شىء الحصول على الطعام، وعندئذ تتحكم الاحتياجات العضوية فى كل تصرفاته وسلوكه وتتلاشى أهمية الاحتياجات الأخرى وتدفع مؤقتاً إلى الوراء.

فالإنسان فى مثل هذه الظروف يضع كل قدراته فى خدمة هدف واحد هو الحصول على الطعام، وبالتالى تتعطل كافة مواهبه الأخرى التى لا تخدم هذا الهدف ؛ فالإنسان الجائع إلى حد التهلكة يفتقد الباعث على قراءة الشعر أو كتابة القصص أو حتى مداعبة زوجته وأولاده، فاهتمامه الأساسى يتركز فى الطعام: يحلم به، ويفكر فيه، ويحن إليه، ويناجيه فى كل لحظة ، فهو لا يرى سوى الطعام، ولا يريد سوى الطعام، ولا يستمع إلا لمن يمنحه الطعام.. وربما صور فكتور هيجو هذه الدوافع فأحسن التصوير فى قصته الشهيرة (البؤساء).

ولقد استغل النازيون هذه الحقيقة أعظم استغلال فى الوصول إلى الحكم فى مطلع الثلاثينيات من هذا القرن إبان اشتداد الأزمة الاقتصادية العالمية وما صحبها من بؤس وفقر، فوجهوا دعايتهم للعمال العاطلين ملوحين لهم بالطعام عن طريق الوعد بتوفير العمالة الدائمة لهم ، وبذلك فازوا بأصوات ستة ملايين عامل عاطل وجائع، بينما لم يكن التعداد الرسمى لعدد أعضاء الحزب يتجاوز عندئذ الثلاثمائة ألف شخص ، ومعنى ذلك أن الجوع كان هو المرشد الوحيد لهؤلاء العمال الذين كفروا بكل ارتباطاتهم الحزبية القديمة، ولعل هذا يذكرنا بالمثل الشعبى الذى يقول: (الجوع كافر) ، وقول الإمام على بن أبى طالب: "لو كان الفقر رجلاً لقتلته".

والحقيقة أن هناك خاصية مهمة تبرز فى الإنسان عندما تتحكم فيه وتسيطر عليه حاجة من الاحتياجات الأساسية، وهذه الخاصية تهمنا جداً فى ميدان الإعلام والدعاية وتتمثل فى التغيير الذى يطرأ على فلسفته ونظرته إلى الماضى والحاضر والمستقبل.

فالإنسان الجائع إلى حد التهلكة، يتصور المدينة الفاضلة بأنها المكان الذى

يوجد به قدر وافر من الطعام لكل فم ، وهو يميل إلى الاعتقاد بأنه إذا ما توفر له الطعام بقية عمره ، فستتحقق سعادته الكاملة، ولن يطلب شيئاً غيره، وهو لذلك يسير وراء كل من يلوح له بهذا الطعام.

والإنسان فى مثل هذا الظرف يلون تفسيره للحياة بهذا الطابع، فكل شىء دون الحصول على الطعام ليس بذى قيمة ؛ فالحرية والحب والوفاء والاحترام والأدب والفلسفة والقيم جميعاً هراء فى هراء طالما باتت المعدة خاوية. وخلاصة القول أن الإنسان فى هذه الحالة يعيش للخبز وللخبز وحده.

ومع ذلك فإن القول بأن الإنسان يعيش للخبز والخبز وحده قول نسبى بمعنى أن صحة هذا القول لا تتعدى مرحلة انعدام الخبز، ذلك أن الحال يختلف كثيراً فى حالة توفر الخبز وامتلاء المعدة بالطعام.

ولعل ذلك أن يظهر أهمية مغزى قصة الكاتب السوفيتى ايليا اهرنبرج «ليس بالخبز وحده يحيا الإنسان»، الذى ترجمت قصته تلك إلى معظم لغات العالم حين ظهورها كبادرة تطالب بالانفتاح على أسلوب الحياة بالمعنى الديمقراطى الغربى. فى حين رأى فيها أنصار السوفيت إعلاناً على تجاوز شعوب الاتحاد السوفيتى مرحلة الحاجة إلى مرحلة أكثر وفرة ورفاهية.

واستغلال الاحتياجات العضوية للإنسان فى الضغوط السياسية من الممارسات الشائعة فى السياسة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية ؛ فمن أمثلة ذلك منع أمريكا شحنات القمح عن مصر فى وقت لم يكن المخزون منه فيها يكفى استهلاك البلاد لأكثر من أربعة أيام كأسلوب من أساليب الضغط لإسقاط نظام الحكم أو على الأقل زعزعة مركزه، بعد أن رفضت مصر مبدأ أيزنهاور لسد الفراغ المزعوم فى الشرق الأوسط نتيجة اندحار العدوان الثلاثى عام ,١٩٥٦

ولم تكن هذه هى المرة الأولى للولايات المتحدة الأمريكية فى ممارسة الضغط

الاقتصادى باتباع أسلوب التجويع أو على الأقل التهديد به ؛ فقد سبق لها اتباع الأسلوب نفسه مع اليونان فى أعقاب الحرب العالمية الثانية مباشرة ، حين هددت الشعب اليونانى بمنع شحنات القمح عنه وتعريضه للهلاك إذا ما انتخب حكومة اشتراكية لحكم البلاد ، مما كان له تأثيره الفعال فى تغيير اتجاهات أغلبية الناخبين.

وهناك نماذج حالية كثيرة لممارسة الضغط الاقتصادى على الدول الصغيرة التى لا تخضع لإرادة مسيرى السياسة الدولية مثل الحصار على الشعب العراقى وغيره من شعوب العالم الثالث فى مناطق كثيرة من العام.

وتخضع الدوافع الأساسية للإنسان لنظام من التسلسل التنازلى، بمعنى أن إشباع حاجة أساسية بقدر كاف يسمح بظهور حاجة أخرى، وهكذا.. إذ تتوقف الحاجة التى تم إشباعها عن التحكم والسيطرة على سلوكه وبالتالى تتجرد عن كونها حاجة ملحة وتفسح الطريق لظهور حاجة تالية يتطلع الفرد إلى إشباعها طبقاً لنظام التسلسل التنازلى للاحتياجات الإنسانية الملحة.

٢/١/٤ الدوافع الاجتماعية:

تتكون الدوافع الاجتماعية فى حقيقة الأمر من سلسلة من الاحتياجات تحتل مكانها تنازلياً فى نظام تسلسل الاحتياجات الأساسية للإنسان على النحو التالى:

- احتياجات الأمان، وتحتل المرتبة الثانية مباشرة بعد الاحتياجات العضوية.
- احتياجات الحب.
- احتياجات التقدير.
- احتياجات تحقيق الذات.

وسنتناول كلا من هذه الاحتياجات بالحديث فيما يلى:

١/٢/١/٤ احتياجات الأمان: تتمثل احتياجات الأمان فى سعى الإنسان إلى التحرر من الخوف والتهديد والحرمان الذى قد ينشأ عن اختلال الأمن أو عن المرض أو عن الفصل التعسفى أو عن الاضطهاد وما شابه ذلك من أسباب.

ويصدق على هذه الاحتياجات كل ما ذكرناه عن الاحتياجات العضوية: فالكائن البشرى يخضع لاحتياجات الأمان خضوعاً كلياً، فتصبح هذه الاحتياجات الموجه الأولى لسلوكه ويجند جميع قدراته لخدمتها، وعندئذ تسيطر هذه الاحتياجات سيطرة تامة على كيانة وتفكيره ونظرته للعالم من حوله وللمستقبل، وتتلاشى تبعاً لذلك أهمية كل شىء بجانب هذه الحاجة الملحة إلى الأمان حتى لتقل أحياناً أهمية الاحتياجات العضوية التى سبق إشباعها.

والإنسان فى مثل هذه الحالة - خاصة إذا كانت حالة متطرفة وحادة بما فيه الكفاية - يمكن وصفه بأنه يعيش فقط فى طلب الأمان.

وتبرز احتياجات الأمان بصورة واضحة فى انفعالات الطفل بصفة خاصة إذا واجه بعض المواقف التى يعتبرها مهددة له: كاحتمال سقوطه من ذراعى أمه، أو المعاملة الخشنة، أو الضوضاء المفاجئة، أو المرض، فينطلق فى الصراخ والعويل لأنه لم يتعود بعد على كتمان انفعالاته كما يفعل معظم البالغين.

وتستغل الدعاية - القائمة على الحرب النفسية بصفة خاصة - هذه الحاجة إلى الأمان استغلالاً كبيراً جداً وبالغاً، فالإرهاب الذى كانت تمارسه النازية والفاشية إنما كان يستهدف أساساً إخماد أصوات المواطنين عن طريق إثارة دوافع الأمان الكامنة لديهم كى يؤثروا الصمت طلباً للأمان ويطيعوا الزعيم الملهم (هتلر أو موسولينى) طاعة عمياء.

وإثارة الرعب من الشيوعية أو ما أسماه الرئيس الأمريكى ترومان فى مذكراته بـ (هستريا الشيوعية) كان الهدف الأساسى للدعاية الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية فى محاولة منها لمحو آثار الانتصارات الروسية ضد النازية التى

حظيت بإعجاب شعوب العالم آنذاك، ولتبرير فصم التحالف الذى كان قائماً بين الغرب والشرق فى أثناء تلك الحرب، والتمهيد لحرب عالمية ثالثة تدور رحاها بين حلفاء الأمس.

وقد أتقن دعاة الصهاينة أساليب استغلال دوافع الأمان فى مخاطبتهم لليهود فى جميع أنحاء العالم ودعوتهم لهم للهجرة إلى إسرائيل حيث الأمان الدائم المزعوم لهم ولأولادهم على مدى الزمن، وحيث الاستقرار بعد طول التشتت والفرقة . كما استغلت الولايات المتحدة الأمريكية الدافع نفسه بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ لإرهاب شعبها وشعوب العالم عامة تمهيداً لغزو أفغانستان ثم العراق بدعوى امتلاكها أسلحة الدمار الشامل المزعومة.

ولقد حاولت الصهيونية - دون جدوى - استغلال هذه الدوافع نفسها خلال حرب الاستنزاف عام ١٩٦٩ لإرهاب الشعب المصرى وتحطيم معنوياته عن طريق الغارات التى قامت بها طائرات الفانتوم والسكاى هوك الأمريكية على الأهداف المدنية. وكانت الصهيونية ترمى من وراء ذلك إلى إجبار المصريين على قبول التفاوض معها والاستسلام لشروطها عن طريق ما قد يحدثه الرعب من بذر بذور الفرقة والخلاف بينهم. (إلقاء الطائرات الإسرائيلية صواريخها على طلاب مدرسة بحر البقر الابتدائية بإحدى قرى الشرقية وعلى مصنع أبى زعبل المدنى).

واستغلال دوافع الأمان لتحطيم معنويات الشعوب الأخرى وإخضاعهم ليس بالعمل الجديد، فلقد كانت الدعاية النازية بصفة خاصة بارعة كل البراعة فى استغلال هذه الدوافع خلال الحرب العالمية الثانية. ومن أقوال هتلر المأثورة عن دور الحرب النفسية وتأثيرها قوله: (لماذا أخضع الأعداء بالوسائل الحربية مادام فى وسعى أن أخضعهم بوسائل أخرى أرخص وأجدى؟!).

وقوله: (إن عملية استعداد المدفعية وهجوم المشاة فى حرب الخنادق سوف تضطلع بها الدعاية مستقبلاً، بأن تحطم نفسية العدو قبل أن تبدأ الجيوش فى التحرك، إن أسلحتنا هى الاضطراب الذهنى وتناقض المشاعر والحيرة والتردد

والرعب الذى ندخله على قلوب الأعداء. فعندما يتخاذلون فى الداخل، ويقفون على حافة الثورة وتهددهم الفوضى الاجتماعية، تحين الساعة لنفتك بهم بضربة واحدة.

وقد أوضح إدموند تايلور فى كتابه (استراتيجية الرعب) كيف أن الألمان فى تهيئتهم للحرب الخاطفة قد أغرقوا ضحاياهم بأقاصيص الرعب والانهزامية: (فعن طريق الراديو تلاحقت الإشاعات واحدة بعد الأخرى متجهة إلى بولندة وفرنسا والبلاد الوطيئة فى الوقت الذى كانت فيه الأقاصيص تلوح بالغزو المسلط ومفاوضات السلم الوشيكة).

وكان هدف الألمان الأول البلبلة وتثبيط الروح المعنوية ، فألقوا الشك حول إخلاص حكومات الحلفاء وحول مقدرة هذه الحكومات على إسعاف البلاد فى المحنة، وفى نفس الوقت أذاعوا أخباراً زائفة حول انتصارات بولندية وفرنسية هائلة، مما تمخض عنه رفع الآمال عند الحلفاء لتهوى بعد ذلك إلى هاوية اليأس والرعب.

ولقد تفاخر هتلر فى وقت من الأوقات بأن دمار أمريكا نفسها يمكن تحقيقه من الداخل ، ولعل هذا هو ما حققه الغرب بقيادة الولايات المتحدة حين تمكن من تدمير الاتحاد السوفيتى من الداخل مما أدى إلى انحلاله وتفككه وضياع مركزه المرموق كواحدة من القوتين العظميين فى عالمنا.

... ظاهرتان أخيرتان نختتم بهما كلامنا عن دوافع الأمان استكمالاً للفائدة العلمية ؛أما الظاهرة الأولى فتتمثل فى ميل الإنسان العادى إلى الأشياء المألوفة وتفضيلها عن الأشياء غير المألوفة، سعيا وراء الاستقرار ودفعاً لاحتمالات الخطر. والمثل المصرى العامى يقول: (اللى تعرفه أحسن من اللى ما تعرفهوش).

وأما الظاهرة الثانية فتتمثل فى حالة مرضية تسيطر على بعض الأفراد المرضى

عقلياً، فتجعلهم يتصرفون كالأطفال الخائفين وأن تبدو عليهم أحياناً نفس الظواهر التى تبدو على الأطفال ، فهم ينفعلون لأخطار وهواجس غير ملموسة وغير معروفة، ويتصرفون دائماً وكأن كارثة كبرى على وشك الوقوع ، فهم دائماً فى حالة طوارئ نفسية وحالة بحث عن شخص قوى يعتمدون عليه ويركنون إلى حمايته لهم.

وهذه الظاهرة المرضية لا تقتصر على الأفراد بل كثيراً ما تصيب المجتمعات أيضاً بفعل الكوارث الطبيعية أو الحربية المتتالية، أو المجاعات والأزمات العنيفة أو - وهذا ما يهمنا هنا - بفعل الدعاية والحرب النفسية.

٢/٢/١/٤ احتياجات الحب: إذا ما أشبعت الاحتياجات العضوية واحتياجات الأمان بدرجة كافية فإن مجموعة أخرى من الاحتياجات تأخذ طريقها إلى الظهور، أو بمعنى أدق إلى التأثير فى سلوك الإنسان. وهذه الاحتياجات هى ما يسميه علماء النفس احتياجات الحب أو الاحتياجات العاطفية أو احتياجات الانتماء والترابط الاجتماعى، فيشعر الفرد كما لم يشعر فى حياته من قبل بحاجته إلى الأصدقاء وإلى الرفيق والزوجة والأطفال ويشتد جوعه للصلات العاطفية مع الناس عامة وإلى تحقيق مكانة له بين جماعته وقومه. ويجهد الإنسان نفسه فى مثل هذه الحالة جهداً شديداً لتحقيق هذا الهدف، وتفوق رغبته فى الحصول على مثل هذه المكانة جميع رغباته الأخرى حتى لينسى أنه حين كان فى حاجة إلى إشباع معدته وضمان أمنه كان يسخر من الحب والصلات الاجتماعية ولا يلقى لها بالاً كبيراً.

ويلاحظ علماء النفس أن عدم إشباع الحاجة إلى الحب والصلات الإنسانية قد يؤدى إلى أمراض نفسية خطيرة.

ويجب أن نؤكد هنا أن الحب لا يعنى بالضرورة الجنس ؛ فالجنس يمكن دراسته كحاجة عضوية منفصلة كما هو الشأن فى عالم الحيوان، أما الحب فهو حاجة إنسانية متميزة.

والأمر الذى لا جدال فيه أن المجتمع المتحاب المتعاطف هو المجتمع الصحى السليم وهو المجتمع الذى تبلغ إنتاجيته عادة حدها الأقصى. وليس من شك أن الفرد أو الجماعة التى تفتقد الشعور بالحب والانتماء والتعاطف مع سائر المجتمع غالباً ما تجنح إلى المقاومة أو الثورة أو الهجرة، وليس من شك أيضاً أن كثيراً من الثورات إنما انبثقت عن هذا الشعور الجارف بانعدام الحب والتعاطف وسيادة الظلم والاضطهاد (القلاقل التى تقوم بها طائفة المنبوذين فى الهند مثلاً). ولسنا فى حاجة إلى تبيان استغلال الدعاية لمشاعر الاضطهاد لإثارة القلاقل فهذا أمر معروف، ولكن ما يهمنا هنا هو كشف محاولات الدعاية المعادية للعرب لإشاعة روح الكراهية ودعم الشعور بالانفصال بين طوائف الأمة المختلفة، وخاصة بين الأقليات الدينية والجنسية. وواجب الشعوب والدول العربية وساسة العرب مواجهة تلك المحاولات الخبيثة بالقول والفعل معاً حتى لا تتكرر مأساة لبنان.

ولعل من المفيد أن نشير هنا إلى أن احتياجات الحب لا تعنى فقط تعاطى الحب ولكنها تعنى أيضاً منح الحب، أى أن الحب أخذ وعطاء.

وعادة ترعى الدول المختلفة هذا المفهوم الأولى البسيط للحب رعاية كاملة فى علاقتها مع رعاياها على اختلاف طوائفهم وفئاتهم دعماً لوحدة الأمة ولتقوية الشعور بالانتماء للوطن.

٣/٢/١/٤ احتياجات التقدير والاحترام: واحتياجات التقدير وثيقة الصلة باحتياجات الحب وهى تتمثل فى حاجة الإنسان إلى احترام نفسه والحصول فى الوقت نفسه على احترام الآخرين له على أساس ثابت ملموس من الكفاءة الحقيقية أو الإنجاز العظيم أو المركز المرموق أو السلطة والنفوذ.

وإرضاء الحاجة إلى تقدير النفس يؤدى إلى الشعور بالثقة والإحساس بالنفع للآخرين، أما عدم إرضاء هذه الحاجة فيؤدى إلى الشعور بالضآلة والعجز مما قد يؤدى بالتالى إلى الانكماش أو الانحراف كنوع من التعويض، ولعل هذا يبدو بصورة مبسطة فى حالة الطالب الفاشل الذى يلجأ إلى المشاكسة أو إلى الانطواء

على نفسه.

ومن الطريف أن المعلن التجارى قد فطن قبل الداعية السياسى إلى أهمية دوافع التقدير فى توجيه سلوك الناس، ولذلك فقد اتخذ منها سبيلاً إلى ترويج سلعته ؛ فالإنسان الذى يمتلك سيارة من أحدث طراز إنسان محترم ومرموق، والإنسان الذى يستخدم الطائرة فى سفرياته إنسان محترم ومرموق ... وهكذا.

٤/٢/١/٤ احتياجات تحقيق الذات: تحتل احتياجات تحقيق الذات المرتبة الرابعة فى سلسلة الاحتياجات الاجتماعية التى تؤثر فى سلوك الإنسان . وتختلف أشكال تحقيق الذات من شخص إلى آخر ؛ فقد تأخذ فى بعض النساء شكل الرغبة فى أن تصبح أماً مثالية أو الرغبة فى أن تصبح (جان دارك) أخرى، وقد تأخذ فى بعض الأشخاص شكل الرغبة فى تحقيق البطولة الرياضية، كما يجد بعض الناس أنفسهم فى الرسم أو فى الموسيقى أو فى التأليف أو الاختراع.

والإنسان الذى حرم من ممارسة حقه فى تحقيق ذاته لا يشعر بالسعادة الكاملة مهما توافرت لديه الأسباب لإشباع كافة احتياجاته الأخرى.

وينبغى أن نشير هنا إلى أن الظروف التى تسمح بتوافر أسباب تحقيق الذات لا تتحقق عادة إلا بعد الإشباع الكافى لسائر الاحتياجات الأخرى التى سبق الحديث عنها والتى تحتل مراتب متقدمة فى نظام تسلسل الاحتياجات الأساسية.

ولما كان إشباع سائر تلك الاحتياجات بدرجة كافية من الأمور بالغة الصعوبة لذلك فإننا نجد تنافس الأنظمة المختلفة على ادعاء قدرة كل منها على تحقيق السعادة كاملة للإنسان المعاصر بتلبية كافة احتياجاته بما فى ذلك حاجته لتحقيق ذاته.

وبعد، وفى ختام هذا البحث عن الأسس العلمية للدعاية القائمة على استغلال الدوافع الأساسية للسلوك البشرى ينبغى أن ننبه إلى أمرين مهمين:

(أ) أن هناك عوامل أخرى تتحكم فى سلوك الإنسان -كالعقيدة الراسخة مثلاً- لا تنطبق عليها نظرية الدوافع التى عرضناها فى هذا البحث، ومثال على ذلك ثبوت المسلمين الأوائل وكذلك المسيحيين على إيمانهم رغم ما لاقوه من تعذيب واضطهاد بل وقتل. وهذا ما يحدث حالياً بالنسبة لرجال المقاومة الفلسطينية والعراقية وجميع الشعوب التى تقاوم العدوان فى عالم اليوم.

(ب) أن ميدان بحوث الدعاية واسع متشعب الجوانب وأن البحث الذى قدمناه على هذه الصفحات لا يمثل سوى جانب واحد من هذه الجوانب المتعددة.

ملخص الوحدة

استهدف هذا البحث التعريف بالدوافع الأساسية للسلوك البشرى. وقد قسمناها إلى مجموعتين أساسيتين ؛ تنبع الأولى من الاحتياجات البيولوچية التى تتصل مباشرة بالمحافظة على الحياة وهى احتياجات يتساوى فيها البشر مع غيرهم من المخلوقات، وتأتى هذه الاحتياجات بطبيعتها فى مقدمة دوافع السلوك البشرى وأقواها.

وتنبع مجموعة الدوافع الثانية عن احتياجات الإنسان الأساسية ككائن اجتماعى يعيش فى مجتمعات من جنسه البشرى لا غنى له عنها ولا سبيل إلى تجنبها.

وتأتى فى مقدمة هذه الاحتياجات حاجته إلى الأمان والحب والاحترام وتحقيق الذات بترتيب أولوياتها كما حددها علماء النفس.

وقد عرضنا فى هذا البحث لكافة هذه الاحتياجات التى تكون دوافع الإنسان الأساسية - على نحو ما قدمنا - وكيفية استغلال الدعاية لها فى محاولتها السيطرة على تكوين الرأى العام لما لهذا الرأى من أهمية قصوى فى تسيير مجتمعاتنا الحديثة وخاصة فى ظل نظم الحكم التى تعلن إيمانها بالديمقراطية وحقوق الإنسان.

أسئلة الوحدة

أولاً- أسئلة المقال :-

س١: فى الممارسات السياسية المعاصرة تستغل نظم الحكم الفاشية الاحتياجات الأساسية للإنسان وخاصة الاحتياجات البيولوچية ضمن مخطط عام لإخضاع الشعوب لإرادتها - ناقش ذلك مع ضرب الأمثلة من التاريخ المعاصر.

س٢: تلجأ بعض الدول الكبرى إلى فرض الحصار الاقتصادى وسياسة التضييق والتهديد بالجوع على شعوب الدول الصغيرة بهدف التأثير فى رأيها العام تحقيقاً لأهداف سياسية تبتغيها.

- اضرب أمثلة لذلك وبين مدى تعارض مثل هذه السياسات مع ترويج تلك الدول لشعارات الديمقراطية وحقوق الإنسان.

س٣: بين تأثير دافعى الجوع والخوف على الرأى العام ؛ مع ضرب الأمثلة من واقع الأحداث العالمية الجارية.

س٤: وضح كيف تستغل الدعاية المعادية دوافع الحب والتقدير والاحترام، لإثارة الفتن وتحريض بعض فئات الشعب فى الدولة المستهدفة ؟

ثانيًا- الأسئلة الموضوعية :

س٥: أكمل العبارات الآتية :

(أ) يمكن تصنيف الدوافع الأساسية للسلوك البشرى إلى : .... و ....

(ب) تلجأ بعض الدول الكبرى إلى فرض الحصار الاقتصادى بهدف التأثير فى ....

(جـ) تتكون الدوافع الاجتماعية من سلسلة من الاحتياجات تحتل

مكانها تنازليًا فى نظام تسلسل الاحتياجات الأساسية للإنسان على النحو التالى :

\ .... ، \ .... ،\ .... ، \ ....

س٦: ضع علامة (| .) أو علامة (×) أمام العبارات الآتية :-

(أ) احتياجات الحب تحتل المرتبة الثانية مباشرة بعد الاحتياجات العضوية. (   )

(ب) احتياجات تحقيق الذات تأتى فى المرتبة الأولى قبل احتياجات التقدير. (   )

(جـ) احتياجات التقدير والاحترام وثيقة الصلة باحتياجات الحب . (   )

(د) تعتبر العقيدة أحد الدوافع الاجتماعية التى يمكن استغلالها فى التأثير على الرأى العام . (   )

نماذج الإجابة

جـ٦: (أ) ×   (ب) ×   (جـ) |.   (د) ×

الوحدة الخامسة
الدعاية والأساليب التقليدية والمستحدثة
فى تغيير الرأى العام

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يعدد الأساليب التقليدية المستخدمة فى تغيير الرأى العام .

٢ـ يفرق بين أسلوب الإثارة العاطفية وأسلوب عرض الحقائق .

٣ـ يعطى أمثلة على كل أسلوب من الأساليب التقليدية الخمسة المستخدمة فى تغيير الرأى العام .

٤ـ يعدد الأساليب والممارسات الدعائية التابعة المستخدمة فى تغيير الرأى العام .

٥ـ يعطى أمثلة على كل أسلوب من الأساليب التابعة الستة المستخدمة فى تغيير الرأى العام .

٦ـ يُعرف الحرب النفسية .

٧ـ يذكر عناصر أسلوب الحرب النفسية .

٨ـ يُعرف الشائعات .

٩ـ يعطى أمثلة على كل عنصر من عناصر أسلوب الحرب النفسية المستخدم فى تغيير الرأى العام .

العناصر:

١/٥ الأساليب التقليدية لتغيير الرأى العام :

١/١/٥ أسلوب التكرار والملاحقة .

٢/١/٥ أسلوب الإثارة العاطفية .

٣/١/٥ أسلوب عرض الحقائق .

٤/١/٥ أسلوب تحويل انتباه الرأى العام .

٥/١/٥ أسلوب البرامج الإيجابية المحددة .

٢/٥ الأساليب والممارسات الدعائية التابعة :

١/٢/٥ أسلوب الترويج لأسطورة شعب الله المختار والنقاء العرقى .

٢/٢/٥ أسلوب الترويج للصور الذهنية النمطية المتحيزة .

٣/٢/٥ أسلوب التعتيم والتمويه الإعلامى .

٤/٢/٥ أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته .

٥/٢/٥ استخدام أسلوب الابتزاز عن طريق الحملات الإعلامية .

٦/٢/٥ أسلوب التضخيم والتلفيق .

٣/٥ الدعاية والأساليب المستحدثة (الحرب النفسية):

١/٣/٥ عناصر أسلوب الحرب النفسية :

١/١/٣/٥ الشائعات .

٢/١/٣/٥ افتعال الأزمات .

٣/١/٣/٥ إثارة الرعب والفوضى .

المفاهيم المتضمنة :

ـ الحرب النفسية .	ـ الشائعات .

الوحدة الخامسة
الدعاية والأساليب التقليدية والمستحدثة
فى تغيير الرأى العام

مقـدمـة :

نعرض فى هذا الفصل للأساليب التقليدية التى استخدمت عبر التاريخ فى محاولات تغيير الرأى العام والتى لا تزال مستخدمة - حتى يومنا هذا- وإن أضيفت إليها بعض الأساليب المتطورة مع الزمن.

والحقيقة أن هذه الأساليب الحديثة كانت أيضا معروفة فى الأزمنة السابقه وإنما ترجع الجدة والحداثة فيها إلى الإمكانيات الضخمة الذى مكنها لها التفوق العلمى والتكنولوچى وخاصة أجهزة الإعلام الجماهيرية وتطورها السريع.

ويهمنا فى هذه المقدمة أن نلفت النظر إلى حقيقتين مهمتين انتهت إليهما الدراسات الإعلامية والنفسية الحديثة ، وهما:

(أ) إنه يكاد يكون من أصعب الأمور تغيير الآراء الراسخة. ولذلك فإن رسالة الدعاية والإعلام تكون أكثر يسرا وفعالية إذا كانت متعلقة بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها.

(ب) إن وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائما أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن. بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث. فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبطأ فى تكوين رأيه، مذبذبا فى اتجاهاته، فريسة للشائعات والانحرافات ويتسم رأيه فى النهاية

بالتطرف والنظرة السطحية للأمور وتغليب الانفعال الطارئ على التفكير السليم.

١/٥ الأساليب التقليدية لتغيير الرأى العام:

١/١/٥ أسلوب التكرار والملاحقة :

يعتقد البعض أن أسلوب التكرار، لا الجدال ولا المناقشة، هو أنجح الأساليب لتغيير الرأى العام.

وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالى لمخاطبة الجماهير. وقد وصف «جوبلز» هذا الأسلوب الدعائى فقال: «إن سر الدعاية الفعالة يكمن لا فى إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن فى التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارا وتكرارا».

والحقيقة أن أسلوب التكرار فى مخاطبة الجماهير أحد الأساليب الشائعة التى تستخدمها الدعاية فى كل مكان وزمان، وخاصة حين تتجه المخاطبة إلى إثارة العواطف والمشاعر لا إلى العقل. وكلنا يذكر الأسلوب التكرارى الذى اتبعته الصهيونية فى حرب ١٩٦٧ لترويج مفاهيم وأفكار مهينة عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية، وذلك فى محاولتها قهر العرب نفسيا وتثبيت صورة نمطية سيئة ومختلقة عنهم فى أذهان شعوب العالم.

ويتطلب استخدام أسلوب التكرار التنويع المستمر دفعا لملل الجمهور المستهدف.

٢/١/٥ أسلوب الإثارة العاطفية :

يستخدم أسلوب الإثارة العاطفية لتحقيق أهداف لا يقبلها المنطق الهادئ السليم المبنى على استخدام العقل وإمعان التفكير، مثل بث روح الاستعلاء والتعصب لدى بعض الشعوب عن طريق تضخيم إنجازاتها التاريخية والنفخ الكاذب فيها بهدف إثارتها للإقدام على أعمال عدوانية ضد الشعوب الأخرى أو ضد الأقليات من الملونين والأصول العقائدية أو الجنسية الأخرى.

وكـان «هتلر» يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النسـاء، وأن استجابة الرأى العام تكون دائما استجابة عاطفية أكثر مما هى عقلية. ولذلك فقد كان يوصى دائما بأن تتجه الدعاية إلى العواطف، وخاصة عاطفة الحقد. وأيسر السبل إلى إثارة الحقد التشهير وإكالة التهم، «فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق».

وكان يؤكد ـ بالإضافة إلى ذلك ـ بأنه «لا صلة هناك تربط الداعية بالحقائق، فالداعية حر فى أن يكذب طالما أوصله ذلك إلى تحقيق غرضه. أما الدعاية فيجب أن تبنى على البساطة، وأن تنزل إلى أدنى المستويات العقلية للجماهير».

وأسلوب الإثارة العاطفية بركونه إلى الكذب والخداع – يتطلب لضمان استمرار وصوله إلى أهدافه احتكار توجيه الرأى العام وعدم السماح بوصول آراء مخالفة أو دعاية مضادة، ولذلك فقد كانت ألمانيا النازية حريصة أشد الحرص على منع الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية، ومداومة التشويش عليها.

ورغم فشل هذا الأسلوب فى النهاية وسقوط النازية فللأسف لايزال الكثير من أجهزة الدعاية العالمية المعاصرة تتبعه بل وتمعن فى اتباعه وخاصة فى الترويج للقضايا غير العادلة وتشويه القضايا العادلة كقضية فلسطين مثلا التى تبرز كمثال مخيف للتواطؤ الدولى لنهب أرض شعب مسلم وإحلال شعب آخر على أرضه وكأنها عودة لمأساة الهنود الحمر مع الفارق التاريخى والحضارى.

٣/١/٥ أسلوب عرض الحقائق :

ويطلق على هذا اللون من الدعاية عادة لفظ الإعلام. ذلك أن هذا الأسلوب يعتمد أساسا على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى أثرا وأبقى على الزمن من الأكاذيب والتهاويل والشائعات.

ويذكر لتشرشل رئيس وزراء بريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية نجاحه الكبير

فى قيادة الرأى العام البريطانى على أساس مصارحة الشعب بالحقائق حماية له من الحرب النفسية.

ومن العوامل التى تحقق نجاح هذا الأسلوب: التربية السياسية الواعية للناس عن طريق المصارحة والشرح والمناقشة والإقناع.

والجدير بالذكر أن الإعلام المصرى قد اتبع هذا الأسلوب بنجاح ملموس خلال حرب أكتوبر ١٩٧٣ فى الوقت نفسه الذى ساد الإعلام الإسرائيلى التخبط والاضطراب والكذب مما وصمه بعدم المصداقية وأدى إلى انصراف الناس عنه.

٤/١/٥ أسلوب تحويل انتباه الرأى العام:

قد يصعب فى أحيان كثيرة معارضة الرأى السائد بين الناس بالنسبة لمسألة أو موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأى العام بعد تكوينه لا تأتى بنتيجة ما حتى لو كان الرأى العام على خطأ من وجهة نظر السلطة أو أصحاب المصالح المتناقضة.

والأسلوب الذى يتبعه السياسيون وأجهزة الدعاية فى مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الناس إلى موضوع آخر فى مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه، هكذا يتم ترويجه للجماهير.

٥/١/٥ أسلوب البرامج الإيجابية المحددة:

للبرامج والتصريحات الإيجابية المحددة أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأى العام، بعكس البرامج غير المحددة والكلمات الجوفاء والتذبذب والسلبية، ويسوق البعض نموذجا لذلك بالديانات بما تعرضه من عقوبات وجزاءات محددة للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب فى مخاطبة البشر.

ويدرك رجال السياسة تمام الإدراك مزايا البرامج المحددة فى تغيير اتجاهات الرأى العام ولذلك يحرص معظمهم على التقدم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل.

وكلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به ، تضاعف

تـأثيرها ، ذلك أن الناس بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله فى طياتها من سلبية وهدم .

ومع ذلك فإن البرامج والوعود الإيجابية المتفائلة تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها وينقلب إلى تأثير عكسى ما لم يتبعها العمل والتنفيذ.

٢/٥ الأساليب والممارسات الدعائية التابعة:

وقد لاحظنا من خلال تتبعنا للأساليب الخمسة الأساسية السابقة طائفة من الممارسات الدعائية المبتدعة حديثاً التى تتفرع عنها أو تقوم عليها.

ولعل من المهم أن نلفت الانتباه هنا إلى أن الدعاة لا يستخدمون عادة أسلوبا واحدا منها ولكنهم يستخدمون جميع هذه الأساليب أو خليط منها رغم ما قد يبدو فى ذلك من تناقض أحيانا ، ذلك أن الدعاية لا تقف عند حد فى سبيل تحقيق أهدافها. ولذلك فإننا فى عالمنا المعاصر بصفة خاصة ومع التطور والانتشار الرهيب لأجهزة الإعلام الجماهيرية، ما يمكن أن يطلق عليه اكتمال سيطرة الدعاية على الإعلام الصحيح مع استثناءات قليلة وتكاد أحيانا أن تكون نادرة.

وفيما يلى محاولة لحصر أهم الممارسات المبتدعه التابعة أو المكملة للأساليب الخمسة الأساسية التى ذكرناها.

١/٢/٥ أسلوب الترويج لأسطورة شعب الله المختار والنقاء العرقى:

ويرمى هذا اللون من أساليب الإثارة العاطفية إلى بث روح الفرقة والعداوة بين الشعوب. ومن أمثلة ذلك ترويج الدعاية النازية لأسطورة الجنس الآرى والادعاء بأن الألمان هم شعب الله المختار بما ميزهم به من ذكاء وقدرات خاصة تفوق غيرهم من البشر، وتحتم عليهم إدارة شئون العالم أجمع للأخذ بيد الشعوب الأخرى - التى هى على درجات من التخلف - تحقيقا لحسن استثمار أرض الله كتعبير عن فضل الله عليهم وشكرهم لنعمته.

وأسطورة شعب الله المختار أسطورة قديمة تتوارثها الأنظمة والحركات

الاستعمارية والاستبدادية على مر العصور التاريخية حتى اليوم وتقوم على فكرة الحق الإلهى المقدس بشكل أو بآخر تبريرا للاستبداد والتحكم فى البشر.

ففى عهد الإمبراطورية البريطانية التى لا تغرب عنها الشمس - كما كانوا يدعون - سادت أسطورة الجنس الأنجلو - سكسونى، كشعب الله المختار، خداعا للجماهير فى بلادهم وجرهم لحروب استعمارية لصالح حفنة من الحكام والمسيطرين اقتصاديا.

وفى عصرنا هذا الحالى برزت الحركة الصهيونية على أساس الادعاء بأن اليهود هم شعب الله المختار الذى عانى الاضطهاد طويلا من الأمم الأخرى وقد آن الأوان لكى يلم شمله ويحقق مشيئة الله بدءا من الأرض العربية وانتهاء بما يخفون حاليا..

ومن يدرى أى حكام سيدعون مستقبلا أن شعوبهم هى الشعوب المختارة من قبل الله سبحانه وتعالى وموكلة عنه فى إدارة شئون لا عالمنا فقط وإنما كوننا كله والأكوان الأخرى أيضا، وأغلب الظن أن هذا ليس ببعيد!.

٥/٢/٢ أسلوب الترويج للصور الذهنية النمطية المتحيزة:

والجنوح إلى التنميط وترسيخ القوالب الجامدة خاصية من الخواص التى يلجأ إليها العقل لتبسيط المعرفة واختزانها كما سبق القول فى موضع آخر من هذا الكتاب. ومن هنا تكتسب عملية التنميط المتعمد التى تلجأ إليها الدعاية خطورتها لسهولة استيعاب العقل البشرى واستدعائه لها خاصة فى عملية تكوين الرأى فى الأحداث الجارية فى ضوئها وليس فى ضوء الواقع الحقيقى، مما يعنى المزيد من تزييف وعى الجماهير.

ومن الملاحظ فى عالمنا هذا المعاصر وخاصة ابتداء من النصف الثانى من القرن العشرين تعمد ترسيخ صورة ذهنية بالغة الإساءة إلى الشخصية العربية بتجسيم سلبياتها والمبالغة فيها والتعمية الكاملة على إيجابياتها وصور كفاحها للتحرر من

سيطرة واستغلال القوى الاستعمارية القديمة والحديثة، وكذلك إغفال ما وصلت إليه فى سنوات قليلة من الاستقلال من تحقيق الكثير من التقدم فى شتى ميادين الحياة والإضافة إلى الحضارة الإنسانية المعاصرة، ويكفى أن نذكر هنا أعمال الأديب العالمى اللامع نجيب محفوظ والعالم الفذ أحمد زويل .

وتقف الدعاية الصهيونية – بصفة خاصة – وراء ترويج هذه الصورة المتخلفة للشخصية العربية فى محاولة لإسقاط المسالب التاريخية لصورة الشخصية اليهودية التقليدية عليها، يساعدها فى ذلك إعلام غربى متحيز وغير منصف التقت فيه مصالح بعض القوى العدوانية المعادية لمسيرة التحرر القومى والإنسانى. إعلام جاحد تماما بدور الحضارات من الحضارة الفرعونية إلى البابلية إلى الأشورية إلى العربية فى مسيرة ركب الإنسانية قديما وحديثا..

وعلى النقيض من ذلك نلاحظ أن الصهيونية قد ركزت جهودها سنين طويلة وما زالت على تغيير الصورة السيئة التى كانت لاصقة فى مخيلة شعوب العالم وخاصة فى أوربا وأمريكا عن اليهودى.

كانت صورة اليهودى ترتبط فى أذهان الناس فى الغرب وتنعكس فى آدابهم – بصورة الشيطان نفسه: ماكر، مخادع، مراب، جشع، قذر، سفاك للدماء، شهوانى، كاذب، منبوذ من الله ومن الناس. ولم تزل الصهيونية توالى هذه الصورة بالمعالجة، تلاحق الكتاب، وتحتج على الصحفيين والأدباء والمخرجين، وتنتقد الإذاعات والأفلام والمسرحيات والقصص قصيرة وطويلة ، وتبرز النماذج اليهودية الساطعة للناس من أمثال أينشتين وغيره. ولا تكتفى بهذا، بل تتسلل إلى أجهزة الإعلام نفسها للسيطرة عليها مادياً بأموالها أو برجالها أو – وهذا هو الأهم – بالمادة الإعلامية الثقافية المعدة بعناية على أسس نفسية وفنية سليمة بحيث تجذب الجماهير ، وبذلك استطاعت الدعاية الصهيونية تقديم صورة إنسانية خلابة، ومثيرة للإعجاب تارة وللعطف تارة أخرى، للإنسان اليهودى وللأمة اليهودية المعذبة

المضطهدة، برغم أنها أنجبت - على زعمها - النوابغ فى كافة ميادين العلم والسياسة والفلسفة والفن، الذين أفادوا البشرية جمعاء. وتلقى الدعاية الصهيونية عبء الاضطهاد الطويل لهذا الشعب الذكى العظيم المتحضر القائد - الاضطهاد الذى بلغ قمته على أيدى النازية - على ضمير شعوب العالم جميعاً.

٣/٢/٥ أسلوب التعتيم والتمويه الإعلامى:

ويقوم هذا الأسلوب على الانحياز المطلق فى اختيار ما يذاع وينشر من أحداث ووقائع، وما يسدل عليه ستار الكتمان والسرية أو الحذف المتعمد أو عدم المتابعة. أو ما يخضع للإضافة والتلوين لإفساد مغزاه ومضمونه الحقيقى أو ما يتم اقتناصه والتركيز عليه من أخبار وصور سلبية للإساءة إلى إنجاز معين أو طائفة أو دين أو شعب أو دولة بعينها.

ويلاحظ أن هذا الأسلوب شائع ومعمول به حتى فى أجهزة الإعلام فى دول كثيرة تدعى الديمقراطية والموضوعية وتتشدق بالحرية والمحافظة على حقوق الإنسان.

ومن قبيل ذلك فى عالمنا المعاصر - رغم تنوع وشيوع أجهزة الإعلام ووكالات الأنباء العالمية بفضل التقدم التكنولوچى المذهل - تجاهل تلك الأجهزة للأخبار الإيجابية ولإنجازات دول العالم الثالث كما كان يسمى واقتصارها على إذاعة ونشر الأخبار السلبية كأخبار الجريمة والتخلف وكل ما يسىء إلى دول وشعوب تلك المنطقة. ولعلنا لانزال نذكر ذلك التركيز على حادثة طهارة بنت صغيرة بالمخالفة للقوانين السائدة، وإهمال التركيز تماما على نهضة الفتاة المصرية وما وصلت إليه من وضع يفوق فى كثير وضع المرأة فى كثير من الدول الأوربية مثلا وهكذا.

ولعل هذا الحظر يصدق مع ما أشار إليه بعض المنصفين من الكتاب والمثقفين الأجانب من وجود مناطق محرمة على النشر إطلاقا أو نسبيا مثل مناطق القواعد العسكرية والتفجيرات والتجارب النووية وأحياء الفقراء والمعدمين من رعايا بعض

الدول الكبرى.

ولعل من أشهر نماذج التعتيم الإعلامى العالمى الحالية تعمد تجاهل ذكر ترسانة إسرائيل النووية وقضية اللاجئين الفلسطينيين ومأساة السجون والمعتقلات الإسرائيلية والأمريكية المخصصة للمسلمين والعرب وفظائع ما ارتكب ويرتكب بها والتعتيم الإعلامى على أحداث حرب الخليج ومآسى الشعوب فى فلسطين وأفغانستان والعراق والصومال والشيشان والبوسنة والهرسك وغيرها.

وقد تعالت شكاوى عديدة من جانب صحفيين وإعلاميين ذوى ضمائر حية يرون فى مثل هذه القيود والتعتيمات إخلالا بحقوقهم المهنية وواجباتهم الأصيلة بل بالأسس الديمقراطية وحقوق الإنسان وتزييفا متعمدا للوعى وحق الرأى العام فى تقصى الحقائق، مما لا يخدم فى النهاية سوى أعداء العدالة والسلام العالمى.

٥/٢/٤ أسلوب التزوير والخداع باستخدام العلم وتطبيقاته:

هناك أمثلة كثيرة تشهد على استغلال الدعاية على مر العصور لتطور العلم وتطبيقاته ، ومن هذه الأمثلة : استخدام سحرة فرعون للتكنولوچيا والعلم فى عصرهم لمحاولة تحطيم أدلة موسى، واستغلال الإمام يحيى بعض أدوات التكنولوچيا لإضفاء القداسة على شخصه وإرهاب شعبه بإخفاء مكبرات الصوت على قمم الجبال أو جبل معين كى تنطلق هذه المكبرات بصوته رخيما كان أم قبيحا - وظهوره فى الليالى الظلماء بعد دهان جسده وملابسه بالفوسفور.

ومن هذا القبيل أيضا ما يمارسه الدجالون والمشعوذون ومن يحذون حذوهم من خدع لخداع من يستهدفون من أفراد أو جماعات ساذجة مستخدمين فى ذلك تكنولوچيا الخدع السينمائية وما شابهها..

ويندرج تحت مسمى التزييف العلمى أيضا ما تلجأ إليه أحيانا الحكومات والمؤسسات بل والأفراد من نشر بيانات إحصائية مزورة لخداع جماهيرها استجلابا لرضاء الرأى العام أو اتقاء لغضبه. وللأسف أن مثل هذه البيانات الخادعة التى

تأخذ صورة الجداول الإحصائية تنتشر بكثرة فى أوقات الأزمات والانتخابات.

أما الطامة الكبرى فتتجلى فى وفرة البيانات والجداول الإحصائية التى تتطوع بنشرها والترويج لها بعض الهيئات والمؤسسات الدولية والخاصة ذات المصداقية لخداع الرأى العام العالمى أو الإقليمى أو الوطنى أو النوعى. ومعظم هذه الإحصائيات تتعلق عادة بقضايا اقتصادية أو اجتماعية ذات طابع سياسى عام وحساسية خاصة.

والغريب أن تبنى بعض الدول دعايتها على مثل هذا التزوير ذى الطابع العلمى المدعم بالأرقام والإحصائيات.

وتمثل الإحصائيات الإسرائيلية صورا صارخة لذلك سواء للترويج لسياساتها العامه بالنسبة للصراع العربى الإسرائيلى أو لحقيقة عدد ضحايا النازى من اليهود أو لأغراض دعائية أخرى ترغب فى استمالة الرأى العام لها بالاستنكار أو التأييد.

ومن الأمثلة التى فضحها الرأى العام الإسرائيلى نفسه قيام جهاز الدعاية الإسرائيلى بتزوير بعض الأفلام التسجيلية الخاصة بحرب ١٩٦٧ ونسبتها لأحداث حرب ١٩٧٣ لإظهار انتصارات إسرائيلية مزعومة.

٥/٢/٥ استخدام أسلوب الابتزاز عن طريق الحملات الإعلامية:

وقد نجحت الدعاية الصهيونية فالإسرائيلية نجاحا كبيرا فى استخدام هذا الأسلوب سواء فى الدعوة لقيام إسرائيل أو فى التهويل من الخطر المحدق على شعبها وأطفالها مستغلة فى ذلك التصريحات غير المدروسة لبعض المسئولين العرب قبيل حرب ١٩٦٧ - أو فى زرع عقدة الذنب لدى شعوب أوربا وأمريكا بصفة خاصة تجاه الجنس اليهودى.

وكان الصحفى النمساوى هرتزل ، أول من نادى بقيام الدولة اليهودية، يرى أن الأمة اليهودية لن يقوم لها وجود فى حالة اختفاء الشعور المعادى للسامية. وقد استخلص من ذلك أن حل ما سماه بالمسألة اليهودية لا يكون بالنضال فى سبيل

القضاء على معاداة السامية أو لتحقيق المساواة الكاملة فى الحقوق لليهود فى البلاد التى ينتمون إليها بصفتهم انجليز أو فرنسيين أو ألمان..إلخ، وإنما بفصل اليهودى عن غير اليهودى وإقامة دولة يهودية مستقلة، أى إقامة دولة على أساس عنصرى دينى. ومن هنا ركز المخطط الدعائى للحركة الصهيونية على تحريك واستغلال أكبر عدد ممكن من اليهود تحت شعار الصمود متحدين أمام ما سماه بالمعاداة الأبدية للسامية. بحجة الدفاع عن النفس، الأمر الذى لا يتأتى بغير قيام دولة اليهود المستقلة.

وهكذا أسهمت الحركة الصهيونية نفسها فى إذكاء روح معاداة السامية وابتزاز اليهود أنفسهم ، بل إن هناك اتهامات لها من جانب بعض المؤرخين بأنها قد تعاونت مع هتلر والنازية فى ألمانيا بتقديم خدمات مهمة لهم أثناء الحرب العالمية الثانية لاستمرار اضطهاد اليهود الألمان حيث إن ذلك كان يتمشى مع هدفها الإمبريالى فى إقامة الدولة اليهودية على أرض فلسطين العربية سواء على يد ألمانيا إذا تحقق لها الانتصار فى تلك الحرب أو على يد التحالف الغربى (انجلترا، فرنسا، الولايات المتحدة...إلخ) إذا كان الانتصار من نصيبه.

وبهذا المنطق المقلوب نفسه خاضت أجهزة الإعلام التى تحركها الصهوينية العالمية العديد من الحملات الدعائية التى استهدفت إقناع الرأى العام العالمى. فى غفلة عن الحقائق - بأن خروج اليهود الأول (الأجداد) من فلسطين كان نتاج اضطهاد لا يزال مستمراً حتى الآن. وبالتالى فإن على المجتمع الدولى أن يتسامح معهم حين يضطهدون هم بدورهم الأمم والطوائف الأخرى وحين تمتد مستعمراتهم من النيل إلى الفرات.

ولقد استخدم اليهود هذا المدخل الفكرى بطريقة فعالة حتى إن أحد الكتاب اليهود علق على ذلك بقوله: «يغلف العلاقة ما بين الصهيونية ومناهضة السامية ستار دخان من العاطفية التى تردع كثيراً من الناس بما فى ذلك اليهود، عن

إعلان شكواهم من الصهاينة لعدم الرغبة فى الاتهام بمعاداة السامية- تلك التهمة المعروفة جيداً لدى رجال العلاقات العامة اليهود الذين يعزفون على وترها بشكل متواصل وغالباً ما يصعب تمييز هذا العزف عن الابتزاز العاطفى». وبرغم ما فى ذلك من تناقضات وافتراءات وبُعد عن المنطق السليم فإن إسرائيل لاتزال بعد خمسين عاماً بالفعل تحصل على العديد من الهدايا والمساعدات التى تساعدها على خلق اقتصاد يقوم بالدرجة الأولى على هبات الآخرين وعلى دعم المؤسسة العسكرية العدوانية.

وهناك أمثلة كثيرة للابتزاز العاطفى لشعوب أوربا وأمريكا وغيرها عن طريق الضرب اليومى على وتر معاداة السامية ، نذكر طرفا منها هنا. ويتمثل الابتزاز الصهيونى فى المثال الأول فى تلك الضجة التى شهدتها ألمانيا الغربية منذ سنوات حول مسرحية غنائية اسمها «عذابات المسيح» تحكى قصة عذاب المسيح وصلبه على يد اليهود ، ويجرى تمثيل المسرحية كل عشر سنوات فى قرية ألمانية صغيرة فى مقاطعة بافاريا. ولكن الدعاية الصهيونية لا يمكن أن تترك مناسبة كهذه تمر فى هدوء، إذ يجب أن توجه الاتهامات بمعاداة السامية إلى السلطات الدينية وغير الدينية، فى ألمانيا الغربية، وتكون هذه فرصة للابتزاز بإثارة خواطر أيام حكم هتلر وغيرها. والظريف فى الأمر أن الذين يتصدون لإثارة هذه الضجة والمناقشات (التى تهيأ كافة الوسائل لنشرها وإذاعتها عن طريق الإذاعة والصحف وغيرها) هم أنفسهم أعضاء ما يسمى «جمعيات التوفيق المسيحية اليهودية» وهى جمعيات تسيطر عليها عناصر تؤيد الحركة الصهيونية وتستخدم كواجهة.

٥/٢/٦ أسلوب التضخيم والتلفيق :

وهذا الأسلوب الدعائى تستخدمه الدعاية الصهيونية والإسرائيلية بكثرة إما لاختبار مواقف معينه أو لإضفاء الأهمية عليها رغم ضحالتها أو للدس والوقيعة بين شعوب أو دول أو جماعات مستهدفه أو للتمكين لبعض العملاء من اتخاذ

قرارات لصالحها باستخدام الأكاذيب الملفقة المذاعة.

ومن قبيل ما قدمنا يمكن أن نضرب الأمثلة التالية:

(أ) التصريحات المختلقة أحيانا المنسوبة إلى مسئولين كبار من العرب أو غيرهم من تأهب مزعوم لاستئناف المفاوضات مع إسرائيل من قبل دول عربية معينة، إما بخصوص السلام أو إقامة علاقات سياسية أو اقتصادية أو علمية...إلخ.

(ب) تغطية إسرائيل لعدم التزامها بتعاقدها مع الفلسطينيين فى اتفاقية شرم الشيخ بالجلاء عن عدد من المستعمرات الإسرائيلية فى الضفة الغربية بتركيز الأضواء على قيامها بهدم مستعمرة لا قيمة لها للتمويه على الرأى العام العالمى بوفائها بتعهداتها، رغم عدم جديتها فى الوفاء اكتفاء بهذه الضجة الإعلامية التى أقامتها وصورتها محطات التليفزيون وبثتها الإذاعات ووكالات الأنباء ونشرتها الصحف من زوايا مدروسة بإحكام لتجسيم الواقعة وإضفاء الأهمية عليها رغم أن المسألة كلها لا تتعدى تمثيلية هزلية للتمويه على الرأى العام العالمى.

٣/٥ الدعاية والأساليب المستحدثة (الحرب النفسية):

ننتقل الآن للحديث عن الأساليب التى تلجأ إليها أجهزة المخابرات العالمية - بصفة خاصة - لإثارة الرأى العام وتقليبه، وهى الأساليب التى عرفت حديثا باسم الحرب النفسية.

والقول بأن هذه الأساليب جديدة تماما على ميدان الدعاية قول مبالغ فيه، ومع ذلك فليس هناك ثمة شك فى أن هذه الأساليب لم تتخذ فى أى عصر من العصور الطابع التنظيمى والتخطيطى الشامل الذى تتخذه فى عصرنا هذا الحديث.

ولقد حرصت وزارة الحربية الأمريكية على أن تبرز هذا الطابع التخطيطى فى التعريف الذى أوردته للحرب النفسية فى قاموس المصطلحات الحربية الذى أصدرته

فى مايو ١٩٥٥ إذ جاء فيه ما يلى:

«الحرب النفسية استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التى تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها، بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها وأهدافها».

والحرب النفسية تقوم - بالإضافة إلى استخدام الدعاية السافرة - على عناصر ثلاثة رئيسية هى:

(أ) الشائعات.

(ب) افتعال الأزمات.

(جـ) إثارة الرعب.

وسنتناول كل عنصر من هذه العناصر بالشرح والتحليل:

١/٣/٥ عناصر أسلوب الحرب النفسية :

١/١/٣/٥ الشائعات: من دراستنا لخصائص الشائعات وضعنا التعريف التالى لها:

«الشائعات هى الترويج لخبر مختلق، لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه فى سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الإقليمى أو العالمى أو النوعى، تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول، أو النطاق العالمى بأجمعه»(*).

ولقد تعرضت مصر منذ اتباعها سياسة الحياد الإيجابى على المستوى العالمى

(*) راجع كتابنا الرأى العام والحرب النفسية - انظر المراجع فى آخر هذا الكتاب.

لسلسلة لا تنتهى من حرب الشائعات فمن تلك الشائعات ما كانت تستهدف الإساءه إلى سمعة الاقتصاد المصرى كالادعاء ببيع مصر رصيدها الذهبى، ومنها ما كان يستهدف إثارة الذعر والفوضى أو الانقسام فى الجبهة الداخلية أو خلق الصعاب فى وجه الحكومة وتشويه سمعة بعض المسئولين.

وما زلنا نذكر الشائعات التى روجتها الأجهزة الإعلامية التابعة لدول العدوان الثلاثى على مصر عام ١٩٥٦ بادعاء سقوط مدينتى الإسماعيلية والسويس فى قبضة قواتهم المعتدية بهدف الإيحاء إلى الرأى العام العربى والعالمى باكتمال سيطرتهم على منطقة قناة السويس.

ولحسن الحظ أن يقظة أجهزة الإعلام المصرية قد أفسدت تدبير العدو بمبادرتها فى الحال إلى تكذيب تلك الشائعات عمليا حين دعت المراسلين الأجانب لزيارة المنطقة، والتأكد بأنفسهم من كذب الشائعات الخبيثة التى كانت ترمى إلى التأثير فى الرأى العام المؤيد لمصر، وإشاعة الفرقة فيه، وإعداده لقبول الأمر الواقع المزعوم.

وقد كررت الدعاية الإسرائيلية هذا الأسلوب نفسه فى حرب أكتوبر ١٩٧٣ حين ادعت كذبا سقوط السويس ووصول قواتها إلى ضواحى دمشق.

٢/١/٣/٥ افتعـال الأزمـات : ولعل أبرز أمثلة افتعال الأزمات للتأثير فى الرأى العام ما أقدمت عليه جريدة «الديلى ميل» الإنجليزية فى انتخابات عام ١٩٢٤ فى انجلترا، حين نشرت فى صدر صفحتها الأولى صبيحة يوم الانتخابات صورة فوتوغرافية لخطاب زعمت أنه صادر من «زينوفيف» الذى كان يشرف فى ذلك الوقت على الكومنترن، وكان الخطاب، يحض حزب العمال على قلب نظام الحكم فى بريطانيا. وكانت النتيجة المباشرة لنشر تلك الوثيقة المزيفة تأزم الموقف بالنسبة لحكومة حزب العمال التى كانت قد اعترفت بنظام الحكم القائم فى روسيا وبطبيعة الحال سقطت حكومة العمال، إذ لم يكن أمامها أيه فرصة لمواجهة هذه الأزمة المدبرة التى فاجأتها فى صبيحة يوم الانتخاب وكان لها تأثيرها القوى فى تغيير اتجاهات الناخبين البريطانيين.

وقد شهد العالم مثالا آخر واضحا من أمثلة افتعال الأزمات للتأثيرفى الرأى

العام العالمى، حين فشل مؤتمر القمة الذى كان مقررا عقده فى باريس يوم ١٦ مايو ١٩٦٠ لتخفيف حدة التوتر العالمى، بسبب إرسال (بالمصادفة أو العمد) طائرة تجسس فوق أراضى الاتحاد السوفيتى قبل الموعد المحدد لانعقاد المؤتمر مما أدى إلى انسحاب خروشوف رئيس الوزراء السوفيتى فى ذلك الوقت من المؤتمر.

ومن أمثلة افتعال الأزمات أيضا محاولة الصهاينة عام ١٩٤٨ إغتيال لورد موين فى القاهرة وتفجير بعض المنشآت الأمريكية للوقيعة بين الحكومة المصرية وكل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

ويلقى كتاب «الحكومة الخفية» أضواءً أخرى على أساليب المخابرات العالمية فى افتعال الأزمات، ومن أمثلة ذلك ما كانت تقوم به عام ١٩٦٣ الإذاعة السرية الموجهة إلى كوبا إذ كانت تحرض المعارضين لحكم «كاسترو» على إشعال الحرائق فى مزارع القصب التى تمثل ثروة البلاد الرئيسية، وانتزاع أسلاك التليفون، حتى تضطرب المواصلات التليفونية، وتحطيم أكبر عدد ممكن من الزجاجات بهدف إحداث أزمة زجاجات وإظهار عجز حكومة «كاسترو» عن صيانة الأمن فى البلاد، وإقناع الرأى العام العالمى بوجود معارضة قوية ضده.

ومن الأمثلة البارزة لأسلوب افتعال الأزمات إقدام مخابرات هتلر على تدمير محطة إذاعة ألمانية ومركز الجمارك الألمانية على الحدود البولندية واتهام البولنديين بذلك كمبرر أمام الرأى العام العالمى لاجتياح الجيوش الألمانية لبولندا فى بدء الحرب العالمية الثانية.

٣/١/٣/٥ إثارة الرعب والفوضى : برعت المخابرات النازية بصفة خاصة فى استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفزع لإرهاب الشعوب وإخضاعها من خلال الحرب النفسية، وكانت أقاصيص الرعب التى أشاعتها قبل اجتياح فرنسا بصفة خاصة عاملا أساسيا فى هزيمة فرنسا وإتمام احتلالها فى زمن قياسى (١٧ يوما) رغم وجود خط ماجينو القوى التحصين.

وكلنا فى العالم العربى يذكر مذبحة كفر قاسم عام ١٩٤٨ على يد العصابات

الصهيونية لإرهاب المواطنين الفلسطينيين العرب المسالمين ودفعهم تحت تأثير الرعب إلى ترك أراضيهم وهجرة وطنهم.

ومع ذلك فإن استغلال عامل الخوف قد يأتى بنتيجة مضادة تماما فالخوف قد يدفع أحيانا إلى استخدام العقل، أو بمعنى آخر إلى الرجوع إلى العقل. والمشاهد حاليا أن جانبا كبيرا من شعوب العالم قد أخذت تحت تأثير الرعب من نشوب حرب نووية تعارض بشدة سياسة الرعب الذرى والتورط فى حروب عالمية جديدة.

وخلاصة القول أن الحرب النفسية سلاح خطير حقا، ولكنه مع ذلك سلاح ذو حدين.

والحقيقة أن أساليب المخابرات العالمية فى تأليب الرأى العام وإثارته لا تعرف حدا تقف عنده، فهى لا تتورع فى سبيل تحقيق أهدافها عن القتل والخطف والرشوة والإساءة إلى سمعة الأفراد والجماعات، والالتجاء إلى التخريب والتدمير والتزوير والخداع وإثارة التذمر والتعصب والفرقة، ونشر الخوف والذعر والإرهاب، بل وإشعال الفتن والحروب وانتهاك حقوق الإنسان.

ملخص الوحدة

تناولنا فى هذا الفصل الدعاية والأساليب التقليدية والمستحدثة التى تستخدمها فى التأثير على الرأى العام وتغييره بما يتفق مع أهدافها.

وقد تناولنا فى البداية الحديث عن الأساليب التقليدية التى عرفت واستخدمت فى العصور الماضية ولا تزال تستخدم حتى الآن وفى مقدمتها أسلوب التكرار والملاحقة وأسلوب الإثارة العاطفية وأسلوب عرض الحقائق والتوجه إلى العقل وأسلوب تحويل الانتباه ثم أسلوب البرامج الإيجابية المحددة.

كما عرضنا أيضا لمجموعة من الأساليب الدعائية التابعة ؛ بمعنى أن من السهل رد أصولها إلى الأساليب الخمسة السابق ذكرها كلها أو بعضها.

وختمنا بحثنا بعرض للأساليب المستحدثة فى الدعاية، وقد أطلقنا عليها هذه الصفة باعتبار أنه لا جديد تحت الشمس فالحرب النفسية بمقوماتها المختلفة من شائعات وافتعال للأزمات وإثارة للخوف والفتن والرعب قد عرفت أيضا منذ القدم والجديد فيها هو ما أضفاه عليها العلم بفروعه المختلفة وكذلك التقدم التكنولوچى الحديث من إمكانات وآفاق عديدة.

أسئلة الوحدة

أولاً ـ أسئلة المقال :

س١: قارن بين أسلوبى الإثارة العاطفية وعرض الحقائق.

س٢: أذكر ما تعرفه عن أسطورة شعب الله المختار والنقاء العرقى.

س٣: اضرب أمثلة:

(أ) للأسلوب الدعائى القائم على التعتيم والتمويه.

(ب) أسلوب الترويج للقوالب والصور الذهنية النمطية.

(جـ) أسلوب التزوير والخداع بإساءة استخدام العلم والتكنولوچيا.

(د) أسلوب التضخيم والتلفيق.

(هـ) أسلوب الحملات الدعائية المنحازة.

س٤: عرف الحرب النفسية وبين باختصار المرتكزات الثلاثة الأساسية التى تقوم عليها.

ثانياً: الأسئلة الموضوعية :

س٥: أكمل الجملتين التاليتين :

(أ) من أصعب الأمور تغيير .... الراسخة، ولذلك فإن رسالة الدعاية والإعلام تكون أكثر......... إذا كانت متعلقة بموضوعات........... لم يسبق تكوين......... أو .... حيالها.

(ب) الجمهور المتابع للأحداث يكون دائما .... إلى تكوين......... ذات طابع............ بعكس الجمهور............ غير........... الذى يكون عادة......... فى تكوين............ مذبذبا فى........... وفريسة سهلة............. وتغليب.............. على التفكير السليم.

س٦ : ضع علامة (√) أو علامة (×) أمام العبارات الآتية:

(أ)إن رسالة الدعاية والإعلام تكون أكثر صعوبة إذا كانت تتعلق بموضوعات جديدة لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها . ( )

(ب) يتميز الجمهور المطلع المتابع للأحداث بالتأنى فى تكوين آراء محددة بعكس الجمهور غير المطلع الذى يكون آراء سريعة . ( )

(جـ) يستخدم أسلوب الإثارة العاطفية لتحقيق أهداف لا يقبلها المنطق . ( )

(د) يطلق على أسلوب عرض الحقائق عادة لفظ الإعلام . ( )

(هـ) يعد أسلوب البرامج الإيجابية المحددة من الأساليب والممارسات الدعائية التابعة . ( )

(و) يعد أسلوب الشائعات من أساليب الدعاية التقليدية المستخدمة فى تغيير الرأى العام . ( )

(ز) يعد أسلوب التعتيم الإعلامى من أشهر الأساليب الدعائية المستحدثة. ( )

نماذج الإجابة

جـ ٦:	(أ) ×	(ب) ×	(جـ) √	(د) √
	(هـ) ×	(و) ×	(ز) ×	

الباب الثانى

الجوانب المنهجية والتطبيقات العملية لقياس الرأى العام(*)

أ.د. عاطف العبد

* المصدران الرئيسيان لهذا الباب : محاضرات وتجارب المؤلف فى مجال رصد الرأى العام العُمانى بالعينة خلال السنوات العشر التى أمضاها مستشاراً للرأى العام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوزارة الإعلام العُمانية .

الوحدة السادسة

قياس الرأى العام

نشأته وتطوره ، مشكلاته ، وتقسيماته الرئيسية

الأهداف :

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يشرح بإيجاز نشأة قياس الرأى العام وتطوره .

٢ـ يذكر اللجان التى يتشكل منها جهاز الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .

٣ـ يذكر أربعة أهداف على الأقل لمركز بحوث الرأى العام التابع لجامعة القاهرة.

٤ـ يعدد أربع مشكلات على الأقل تواجه قياس الرأى العام فى الدول النامية.

٥ـ يذكر التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام.

٦ـ يعدد خمس توصيات على الأقل يمكن أن تسهم فى تطوير وترشيد قياس الرأى العام فى مصر .

٧ـ يستخرج من المجلة المصرية لبحوث الرأى العام نماذج لاستطلاعات وبحوث الرأى العام السياسية والاقتصادية والاتصالية والاجتماعية .

٨ـ يكتب ملخصاً للنماذج التى قام باستخراجها من المجلة ، وذلك فى ضوء ما درس فى هذه الوحدة .

العناصر:

٦/١ نشأة قياس الرأى العام وتطوره :

٦/١/١ الاستماع لآراء الناس وأحوالهم .

٦/١/٢ تحتل عملية قياس الرأى العام أهمية متزايدة فى العصر الحديث .

٦/١/٣ الاقتراع الأولى .

٦/١/٤ الانتقال من مرحلة التهكن إلى مرحلة العلم فى قياس الرأى العام.

٦/١/٥ قياس الرأى العام فى الدول العربية :

٦/١/٥/١ الانتخابات والاستفتاءات .

٦/١/٥/٢ تقارير الرأى العام التى تعدها بعض الجهات الرسمية كالهيئة العامة للاستعلامات .

٦/١/٥/٣ مجموعة مراكز خاصة .

٦/١/٥/٤ قياسات الرأى العام حيال موضوعات محددة تقوم بها بعض الجهات لخدمة أهدافها العملية .

٦/١/٥/٥ جهاز الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

٦/١/٥/٥/١ تشكيل لجان جهاز الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .

٦/١/٥/٦ مركز بحوث الرأى العام التابع لجامعة القاهرة :

٦/١/٥/ ٦/١ أهداف مركز بحوث الرأى العام .

٦/١/٥/٦ /٢ أبرز إنجازات مركز بحوث الرأى العـام بكلية الإعلام جامعة القاهرة .

٦/٢ مشكلات قياس الرأى العام .

٦/٢/١ نقص المعلومات المتاحة للأفراد فى الدول النامية كمًا وكيفًا .

٦/٢/٢ النقص الشديد فى وسائل نقل المعلومات فى الدول النامية .

٦/٢/٣ تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد فى الدول النامية درن الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام .

٦/٢/٤ يحول النقص الواضح فى الموارد المالية للدول النامية دون إجراء قياس علمى دورى .

٦/٢/٥ كثرة المشكلات المنهجية التى تواجه قياس الرأى العام .

٦/٣ التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام :

٦/٣/١ استطلاع الرأى العام .

٦/٣/٢ قياس اتجاهات الرأى العام .

٦/٣/٣ بحوث الرأى العام .

٦/٤ نماذج من استطلاعات الرأى العام فى الدول العربية :

٦/٤/١ نموذج من استطلاع الرأى العام حول موضوعات تعليمية .

٦/٤/٢ نموذج من استطلاعات الرأى العام حول موضوعات اجتماعية .

٦/٤/٣ نموذج من استطلاع الرأى العام حول موضوعات سياسية .

٦/٤/٤ نموذج من استطلاع الرأى العام حول موضوعات إعلامية .

٦/٥ أهم التوصيات التى يمكن أن تسهم فى تطوير وترشيد قياسات الرأى العام فى مصر .

المفاهيم المتضمنة:

ـ قياس الرأى العام .

الوحدة السادسة

قياس الرأى العام

نشأته وتطوره ، مشكلاته ، وتقسيماته الرئيسية

مقدمـة :

يساعد قياس الرأى العام فى معرفة الواقع الفعلى بحجمه الطبيعى ، حيث يمكن معرفة المعلومات والآراء والاتجاهات السائدة واحتياجات الرأى العام ورغباته، كما يوفر ذخيرة حية من المعلومات عن الرأى العام ومقوماته واتجاهاته تساعد على اتخاذ القرار المناسب فى ضوء الحقائق المتوافرة ، وتوجيه الرأى العام توجيهاً سليماً وإمداده بما يحتاج إليه من معلومات وآراء واتجاهات تساعد فى دفع عملية التنمية.

١/٦ نشأة قياس الرأى العام وتطوره(١) :

١/١/٦ الاستماع لآراء الناس وأحوالهم

لجأ الحكام فى المجتمعات العربية فى الماضى والحاضر إلى طرق بسيطة للتعرف على آراء الناس وأحوالهم، منها خروج الحاكم مستتراً ليسمع بنفسه رأى الناس ، وإطلاق بعض المقربين للتعرف على أحوال الناس وآرائهم . وتعتبر جولات السلطان **قابوس بن سعيد** سلطان عمان السنوية من أفضل الأمثلة التى تدل على حرص القائد على استطلاع رأى المواطنين فى كافة المجالات ، حيث يقوم السلطان **قابوس** بجولة سنوية مدتها شهر يصحب خلالها معظم أعضاء مجلس الوزراء وكبار المستشارين، ويقيم ما يشبه المعسكر فى كل منطقة يحل بها ، ويطلب من وزرائه التجوال بين أهالى الولايات، وجمع مطالبهم، ويلتقى مع شيوخ وأعيان ورشداء القبائل - باعتبارهم قادة الرأى الطبيعيين - ويتناقش معهم فى جلسة عائلية بسيطة ، ينقل وقائعها إذاعة وتليفزيون عُمان حول المستحدثات فى

العـالم وفى السـلطنـة، ويبسّط بعض المفاهيم السياسية - كالعولمة - والاقتصادية والاجتماعية.. وفى هذه الجولات يتناقش مع قادة الرأى الطبيعيين فى الكثير من الأمور الحيوية مثل: حث المواطنين على التعاون مع القائمين بأول تعداد عام للسكان والإسكان، وحث المواطنين على الأخذ بأسلوب المباعدة بين الولادات كأسلوب للتخطيط العائلى، والدعوة إلى التعمين، وانخراط الشباب فى العمل المهنى والإقبال على التوظف فى القطاع الخاص، وحث القطاع الخاص على المشاركة فى التنمية وإنشاء الجامعات الخاصة، وتشجيع دخول المرأة فى العمل السياسى: انتخاباً وترشيحاً...إلخ ، فيما يشبه البرلمان المفتوح.

٢/١/٦ تحتل عملية قياس الرأى العام أهمية متزايدة فى العصر الحديث:

حيث تعتبر خطوة أساسية فى العملية الديمقراطية، ولقد انتقلت عدوى استطلاع الرأى العام فى بعض البلدان - كالولايات المتحدة الأمريكية - من سوق السلع والتجارة إلى سوق السياسة والحكم.

٣/١/٦ الاقتراع الأولى:

وتعود بدايات الاهتمام بقياس الرأى العام إلى حوالى عام ١٨٢٤ حينما حاولت بعض الصحف - وغيرها من المؤسسات التى تهتم بالتجارة والتسويق - استطلاع الرأى العام عن طريق عمل استفتاءات فيما كان يسمى بالاقتراع الأولى، ولكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأى العام، وبالتالى كانت لا تدعو إلى الثقة فيها وإمكانية تعميمها على المجتمع، بل أدى الأسلوب الذى اتبعته مجلة (**الخلاصات الأدبية**) إلى إفلاسها ، حيث اعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات ودفاتر التليفونات، وهى - كما هو واضح - عينات غير ممثلة للمجتمع ، متحيزة لذوى الدخول العالية نسبياً.

٤/١/٦ الانتقال من مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم فى مجال قياس الرأى العام:مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات وقد بدأت هذه المرحلة

بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات وسرعة الإنجاز، واتبع طرق المعاينة الصحيحة كل من چورچ جالوب - الذى أنشأ معهد جالوب للرأى العام عام ١٩٣٥ - وغيره من المهتمين بقياسات الرأى العام مثل: روبر كروزلى، وكانتريل، ونجحت عملية قياس الرأى العام نجاحاً كبيراً فى التنبؤ بنتائج انتخابات الرئاسة فى الولايات المتحدة الأمريكية عامى ١٩٤٠ و١٩٤٤ وأدى فرط الثقة إلى نوع من الغرور جعل هذه المراكز تتنبأ فى وقت مبكر بفوز ديوى بالرئاسة على منافسة ترومان عام ١٩٤٨، وفشلت هذه التنبؤات فشلاً ذريعاً، وتعرضت عملية قياس الرأى العام على أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها، ولكن سرعان ما عادت الثقة إليها مرة أخرى ، عندما تنبأ معهد جالوب عام ١٩٦٠ بنتائج الانتخابات بين كيندى ونيكسون تنبؤاً صحيحاً ودقيقاً..

وشهد عقد الستينيات من القرن الماضى انطلاقاً حقيقياً فى مجال استطلاعات الرأى العام ، تمثل فى امتداد هذا النشاط العلمى إلى دول الاتحاد السوفيتى السابق ، وإلى العديد من دول أوربا الشرقية ؛ حيث أنشئت هيئات علمية ومراكز لبحوث الرأى العام ، وبدأت عملها باستطلاعات تتناول وسائل الإعلام واستمرت فى خطواتها - التى تعثرت أحيانا وتوقفت تماما أحيانا أخرى - حتى توجت بإجراء استطلاعات للرأى العام منذ أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات تتناول أهم القضايا السياسية وأشدها حساسية.

ولعل مرحلة النضج التى بدأت منذ أوائل السبعينيات من القرن الماضى تبدأ بتناول استطلاعات الرأى العام وقياساته برؤية شاملة متكاملة من خلال التركيز على الجانب الديناميكى الخاص «**بالعملية**» وليس مجرد الاكتفاء برصد موقف الرأى العام فى اللحظة الآنية ومن أمثلتها: مشروع المسح الاجتماعى العام (GSS) والمسح الاجتماعى الدولى (ISSP) والبارومتر الأوربى (EBS) وكما تحدد ناهد صالح - بدقة متناهية - سيطرت على ساحة العمل العلمى فى مجال الرأى العام على مدى نصف قرن من الزمان ثلاث قضايا أساسية هى: الديموقراطية

، المنهج والنظرية، وقضية الأخلاقيات الحاكمة للعمل فى مجال استطلاعات وقياسات الرأى العام.

٦/١/٥ قياس الرأى العام فى الدول العربية: مصر كمثال[٢]**، وذلك عن طريق:**

٦/١/٥/١ الانتخابات والاستفتاءات : تعتبر مجموعة الانتخابات والاستفتاءات من أهم معالم التجربة المصرية فى قياس الرأى العام، إلا أنها لا تمثل قياساً دورياً متتابعاً لاتجاهات الرأى العام المصرى، كما أنها تقيس اتجاهات الرأى العام حيال بعض القضايا المطروحة من قبل القيادة السياسية فقط، أو الموضوعات المهمة التى تقتصر فى الغالب على الموضوعات السياسية.

٦/١/٥/٢ مجموعة تقارير الرأى العام التى تعدها بعض الجهات الرسمية ، كالهيئة العامة للاستعلامات: فلقد أنشأت مصلحة الاستعلامات:آنذاك– معهد الرأى العام والإعلام للقيام بعمليات إستطلاع الرأى التى تساعد فى تخطيط وتنفيذ السياسات الحكومية على ضوء حاجات الشعب ورغباته ، ولم تقتصر وظيفة المعهد على مجرد الحصول على إجابات ذات قيمة ممن يستجوبهم – كما يحدث فى معظم الدول المتقدمة– وإنما تتضمن تعليم الجمهور وتدريبه على أن يعبر عن رأيه [٣].

وتعتمد الهيئة العامة للاستعلامات على أفراد متخصصين ، يطلق على كل منهم (**إخصائى الرأى العام**) ويتوزعون على مراكز الإعلام فى جميع أنحاء الجمهورية – تصل حالياً إلى ٦٥ مركزاً – مع أخصائيين آخرين فى الإعلام والاتصال ، ومهمتهم هى موافاة إدارتهم المركزية بتقارير عن اتجاهات الرأى العام يتبعون فيها عادة **أسلوب الملاحظة**[٤]، ويرى يحيى أبو بكر – وهو من الخبراء الإعلاميين ، الذين تولوا رئاسة هيئة الاستعلامات لبعض الوقت – أن الطريقة التى تعد بها هذه التقارير وعدم توافر الإمكانيات الضرورية للمكلفين بإعدادها وتعبيرها فى كثير من الأحيان عن رأى شخص أو رأى فئة محدودة لتعذر القيام

بغير ذلك، والتجائها إلى التعميم فيما لا يمكن إلا أن يكون جزئياً ، واعتمادها على الاستنتاج بدلاً من التسجيل ، يقلل من إمكان التعويل عليها إلا فيما يمكن أن تفيد به فى تحليل الشائعات(٥) ، وهو ما أكدته دراسة أخرى لمسئولة من الهيئة العامة للاستعلامات ؛ حيث ذهبت إلى أن النتائج لايمكن الزعم بأنها سليمة مائة بالمائة(٦) ، **وان كنا نرى أن وجود ٦٥ مركزاً إعلامياً داخليًا يتوزعون على مختلف المحافظات، وجهود ملموسة فى التدريب يجعل الهيئة العامة للاستعلامات فى مقدمة الجهات المؤهلة فى هذا المجال.**

٦/١/٥/٣ مجموعة مراكز خاصة : لا تزال فى بداية الطريق، وتحتاج إلى مزيد من الدعم والاعتراف بها كأجهزة محايدة فى مجال قياس الرأى العام مثل المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط (ميج)، والمكتب الدولى لاستشارات المعلومات(٧).

٦/١/٥/٤ قياسات الرأى العام حيال موضوعات محددة تقوم بها بعض الجهات لخدمة أهدافها العملية : كاتحاد الإذاعة والتليفزيون والمجلس القومى للسكان والمجلس القومى للأمومة والطفولة(٨).

٦/١/٥/٥ جهاز الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية: حيث يعد أول جهاز متخصص فى هذا المجال(٩) يصدر قرار بتشكيله عام ١٩٧٦ ، وأجرى العديد من الاستطلاعات التى تنوعت مجالاتها ومنها: اتجاهات الرأى العام نحو: الإنجاب، العمل فى الدول العربية، عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر، زيارة السادات إلى القدس، ظاهرة الدروس الخصوصية، نظام الحكم المحلى..إلخ.

٦/١/٥/٥/١ تشكيل لجان جهاز الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية : لقد صدر قرار بتشكيل الجهاز فى نوفمبر عام ١٩٧٦ على أن يكون تابعاً مباشرة إلى رئيس إدارة المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، وشكلت لجانه على الوجه الآتى(١٠) :

(أ) **الاتصالات العليا** والإشراف العام على الجهاز ، ويتولاه رئيس مجلس إدارة المركز.

(ب) **هيئة المستشارين** وتتبع رئيس مجلس الإدارة مباشرة ، وتتكون من عدد من الشخصيات العلمية بالجامعات المصرية من أصحاب التخصصات المختلفة ذات الصلة بنشاط الجهاز ، بالإضافة إلى عدد من الشخصيات العامة ذات الصلة بنفس النشاط. وتكون صلاحية هذه الهيئة استشارية مع وضع الخطوط العامة لنشاط الجهاز واقتراح آفاق تطويره وإفادته بالأساليب الفنية والنظم العلمية المختلفة.

(جـ) **نائب المشرف العام** على الجهاز وهو أحد خبراء المركز، ويتولى الإشراف الفعلى وتنظيم العمل وإدارته داخل الجهاز ومباشرة نشاطه ورئاسة العاملين فى وحداته المختلفة ، بالإضافة إلى عضويته فى مجلس المستشارين.

(د) **مستشار الجهاز** ويتبع المشرف العام على الجهاز ، ويكون عضواً فى هيئة المستشارين ، ويتعاون مع نائب المشرف العام فى تحريك العمل وتخطيطه ودراسة الجوانب الفنية واقتراح الوسائل ووضع البرامج المختلفة لعمل الجهاز.

(هـ) **هيئة فنية** تتولى تخطيط الاستطلاعات المختلفة وتصميم الأدوات ومتابعة إجراء الاستطلاعات وكتابة التقارير.

(و) **هيئة فنية** تتولى كل ما يتعلق باختيار العينات ومتابعة تغيراتها وإجراء التغيرات المختلفة عليها وإعداد البرامج الخاصة بالحاسب الآلى وتنفيذها. وتتشكل هذه الهيئة من مسئول عن المتابعة وخبير فى العينات ومسئول عن تصميم البرامج للحاسب ومسئول عن التنفيذ.

(ز) **سكرتارية اتصالات** وتنحصر مهمتها فى تنفيذ الاتصال بفريق الباحثين الميدانيين ،كما تتولى تنفيذ عمليات التحرك خارج العاصمة لتسليم

الاستمارات لفريق الباحثين الميدانيين وجمعهم وإعدادهم للعمل والاتصال بالأفراد المطلوبين فى المدن والقرى المختلفة وفقاً لتوزيع العينة المستخدمة فى كل استطلاع.

(ح) **باحثو الميدان** ويتكون من فريق الباحثين العاملين بنظام باحثى الميدان بالمركز ، بعد أن يتم تدريبهم فى دورات متخصصة ، ويتم عمل ملفات خاصة لكل منهم فيها البيانات الخاصة بكل فرد ، ووسائل الاتصال المختلفة به، وأسلوب أدائه، ويتوزع هؤلاء الباحثون على محافظات الجمهورية المختلفة فى ريفها وحضرها.

(ط) **سكرتارية إدارية** خاصة بالأعمال المكتبية من حفظ وآلة كاتبة وطباعة وأمين لمكتبة البرامج الإحصائية... إلخ.

٦/١/٥/٦ مركز بحوث الرأى العام التابع لجامعة القاهرة: وأنشأت جامعة القاهرة مركزاً لبحوث الرأى العام حيث وافق مجلس الجامعة فى **٢١ يونيه ١٩٨٢** على إنشاء مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام [(١١)] ، وبدأ فى ممارسة نشاطه فى هذا المجال، ويعد المركز أهم مراكز بحوث الرأى العام لوجود كفاءات علمية متنوعة بين أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام ، مما يعطى بحوثه بعداً علمياً كبيراً ، ويضفى على تقاريره الدقة العلمية.

٦/١/٥/٦/١ أهداف مركز بحوث الرأى العام :

- القيام بالبحوث والدراسات الخاصة بقياس الرأى العام فى مصر.
- القيام بخدمات التدريب والاستشارات العلمية للجهات المختلفة فى مصر.
- القيام بالأبحاث المشتركة مع بعض الجهات ، أو الهيئات الوطنية والإقليمية والدولية فى مجالات تخصص المركز ، فضلا عن التعاون مع الجامعات والمعاهد والمراكز البحثية.
- تنظيم المؤتمرات والندوات الخاصة بأهداف المركز.

- القيام بعمليات الترجمة العلمية والنشر للبحوث والدراسات المتصلة بالرأى العـام من خلال إصداره **المجلة المصريـة لبحوث الـرأى العـام كـأول مجلة علمية عربية محكَّمة على المستوى العربى فى مجال الرأى العام.**

٢/٦/٥/١/٦ ومن أبـرز إنجازات مـركـز بحوث الـرأى العـام بكليـة الإعلام جامعة القاهرة : تمثلت فى القيام بالعديد من البحوث والدورات التدريبية ومنها:

- بحثـان بالتعـاون مع اتحاد الإذاعـة والتليفـزيون حول اتجـاهات الـرأى العام نحـو برامج الإذاعـة والتلـيفزيون، والآخـر عن السلـوك الاتصـالى للـشباب المصرى.
- بحث مشترك مع الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء حول مدى اقتناع السكان فى سن الشباب بفكرة تنظيم الأسرة.
- تنفيذ عدة دورات تدريبية حول مهارات بحوث الرأى العام للعاملين بالهيئة العامة للاستعلامات ، والأساليب الكمية والكيفية لقياس الرأى العام مع مركز البحرين للدراسات والبحوث.
- إجراء دراسة ميدانـية حول اتجاهات الجمهور المصرى نحو الخدمات الثقافية بالتعاون مع صندوق التنمية الثقافية.
- إجـراء دراسة مـيدانية حـول قراء الـصحف فى مـصر بـالتعـاون مع مؤسـسة أخبار اليوم.
- إجراء دراسة حول دور الجمعيات الأهلية فـى برامج تنظيم الأسرة مع المجلس القومى للسكان.
- إجراء دراسة حول جريدة الأهرام: رؤية مستقبلية مع مؤسسة الأهرام.
- درسـة استـطلاعيـة حـول واقـع عـمـل المـرأة بـالمشـروعـات الـصغيـرة والمتوسطة بإقليم الاسكندرية بالتعاون مع جمعية سيدات أعمال إقـليـم الإسكـندرية وبـرنامـج دعـم مبـادرات الجمعيات الأهلـية بصنـدوق المبادرات البيئية.

- دراسة لتقييم الإعلام البيئى المحلى لإقليم الدلتا بالتعاون مع الجمعية المركزية للإعلام والبيئة وبرنامج دعم مبادرات الجمعيات الأهلية بصندوق المبادرات البيئية.
- دراسة لاستطلاع رأى الجمهور فى مشكلات المجتمع المصرى بالتعاون مع أكاديمية البحث العلمى والتكنولوچيا.

٢/٦ مشكلات قياس الرأى العام:

تواجه عملية قياس الرأى العام فى الدول النامية مجموعة من المشكلات منها(١٢):

١/٢/٦ نقص المعلومات المتاحة للأفراد فى الدول النامية كماً وكيفاً:

على الرغم من أهميتها فى تكوين الرأى ، **فمن لا معلومات عنده ، لا رأى سديد له، ومن المعروف أننا نعيش فى عصر تدفق المعلومات و(الانفجار المعلوماتى).**

٢/٢/٦ النقص الشديد فى وسائل نقل المعلومات فى الدول النامية:

ففى مصر مثلاً لم تكن وسائل الإعلام تغطى كافة أنحاء مصر حتى بدأت مرحلة السيادة الإذاعية منذ عام ١٩٨١ وزادت قوة الإرسال الإذاعى من ٢٨٠٠ كيلو وات إلى ١٣٧٨٢ كيلو وات والتليفزيون ٦٥٥ كيلو وات عام ٢٠٠٤، ووصل إجمالى ساعات الإرسال الإذاعى ٤٧٦ ساعة يومياً ، وأصبح البرنامج العام يذيع برامجه خلال الـ ٢٤ ساعة – دون توقف كما كان يحدث خلال الفترة من الساعة الواحدة والنصف صباحاً – وكذلك شبكات: القرآن الكريم، الشرق الأوسط، الشباب والرياضة، صوت العرب ، والبرنامج الموسيقى ، وإذاعة الأغانى ، بالإضافة إلى شبكة الإذاعات الموجهة التى تضم ٤٦ خدمة إذاعية مستخدمة ٣٥ لغة تخاطب مختلف المناطق فى العالم. وظهرت عشر إذاعات محلية تذيع ١٧٥ ساعة يومياً وأربع إذاعات متخصصة تذيع يومياً ٤٦ ساعة و٣٠ قناة تلفزيونية

تذيع يومياً ٤٦٤ ساعة.(١٣)

إلا أنـه لا تزال هناك مـشكلات تـواجه وصـول الصحف إلـى الأرياف والمنـاطق النـائية، وتـبين مـن دراسة مـيدانية أن عـدد النـسخ التـى تصل إلـى القرية المـصرية يتراوح بـين أربع وست نسخ يومـياً، وينخفـض هذا العـدد فـى الشـتـاء حيث يحول سقوط الأمطار دون توزيعها(١٤).

٣/٢/٦ تحـول بعض الخصـائص الاجتمـاعية والاقتصـادية والتعليمـية للأفراد فى الـدول النامـية دون الاستفـادة من المعلومات المقدمة من وسـائل الإعلام :حيث تصل نسـبة الأمية إلـى ٥٦,١٪ وإذا كانت نـسبة الأمـية فى تنـاقص **إلا أن أعداد الأمـيين تتـزايد نتـيجة لتزايد الـسكـان مما** يحـول دون التعـرض لـوسـائل الإعلام المطبوعـة **بالإضـافة إلـى الخصـائص الأخرى التى تـوجد فـى الدول النـامية ومـنها:** السـطحية وعدم العمق، وصغر شرائح الرأى العام المعتدلة ، وكبر شرائح الرأى العام المتـطرفـة لضـعف أو حتى اختفـاء القـوى الاجتمـاعية الـوسيطـة، وخصـوصاً الـطبقة الوسـطى والـبؤس وانـتشـار النـظرة إلـى الأمور عـلى أسـاس أنهـا منفصـل (أبيض وأسود) وليست متصلاً له درجات.

ويضــاف إلـى مـا سـبق أن **انخفـاض الـدخـول** يحـد من شـراء وسـائل الإعلام المطبوعة من ناحية والتردد على دور السينما والمسرح - والمركزة فى العواصم - من ناحية أخرى.

٤/٢/٦ يحـول النقــص الواضـح فى المـوارد المـاليـة للدول الـنامية دون إجـراء قياس علمى دورى دقـيـق:
لما يـتـطـلبـه ذلك من تكاليف باهظـة وأجهـزة تكـنـولـوچيـا متـقـدمة.

٥/٢/٦ كثرة المشكلات المنهجية التى تواجه قياس الرأى العام:
وفـى مقدمـتها(١٥) التـشكيك فـى أهمية قـياس الرأى العـام، انخفـاض الـوعى

بأهمية الاستطلاعات، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث، كثرة ظهور فئة (اللارأى)، صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات.

٣/٦ التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام:

يمكن تقسيم مسوح الرأى العام تقسيماً وظيفياً على النحو التالى[١٦]:

١/٣/٦ استطلاع الرأى العام:

ويعتبر أول أنواع مسوح الرأى العام ، ويستهدف التعرف السريع والفورى للرأى العام حيال قضية أو قضايا معينة، حيث يكتفى بمعرفة الرأى العام والنسب المئوية أو رصد الشائعات والنكت وتحليلها.

٢/٣/٦ قياس اتجاهات الرأى العام:

ويستهدف التعرف على الآراء والدوافع الكامنة ورائها، ويتميز بالبطء النسبى فى إنجازه ، ويستخدم أساليب متقدمة فى التحليل الإحصائى.

٣/٣/٦ بحوث الرأى العام:

وتستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد فى التخطيط الإعلامى، وقد تكون بحوثاً **نظرية** مثل البحوث التى تتناول بالدرس مقومات الرأى العام فى دولة ما[١٧]، أو **ميدانية** مثل تحليل دوافع مروجى الشائعات وخصائصهم وعادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام[١٨]، أو الكشف عن قادة الرأى العام فى المجتمع وخصائصهم، وقد تكون بحوثاً **تحليلية** لمضمون ما يكتب أو يذاع داخل البلاد وخارجها[١٩]. مثل تحليل بريد القراء المنشور وغير المنشور، صفحات وأعمدة الرأى، البرامج السياسية من قنوات فضائية ،التناول الإعلامى لقضية ما من القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو التعليمية أو الرياضية...إلخ.

٤/٦ نماذج من استطلاعات الرأى العام فى الدول العربية:

نقدم فيما يلى نماذج لاستطلاعات الرأى العام فى بعض المجالات:

١/٤/٦ نموذج من استطلاع الرأى العام حول موضوعات تعليمية:

من أفضل الاستطلاعات التى تمت فى مصر باستخدام الأسلوب العلمى للاستطلاعات التى أجراها جهاز قياس الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية **لعدة أسباب منها**:

- كفاءة الخبراء بالجهاز وتنوع خبراتهم.
- الحرص على الاستعانة بكفاءات متخصصة من خارج الجهاز.
- وجود عينة دائمة للاستطلاعات تحدث دوريا.
- وجود وحدة حاسب آلى تتولى استخراج النتائج بسرعة ودقة.
- خبرة الباحثين الميدانيين وتدريبهم تدريبا جيدا.

ومن أهم الاستطلاعات التى أجراها الجهاز **استطلاع للرأى العام حول ظاهرة الدروس الخصوصية** على ٦١١ حالة من العينة الدائمة المسحوبة وفقا لآخر تعداد سكانى بالأسلوب البريدى خلال الفترة من ٩ إلى ٢٥ يوليو ١٩٧٨ وتبين ما يلى [(٢٠)]:

- بلغت نسبة الذين يحصلون على دروس خصوصية ٦٣,٥٪ فى القاهرة و٧١,٧٪ فى الأقاليم، ويرى ٧١٪ من الآباء أن هذه الدروس ضرورية، وأهم **دوافع** الآباء لإعطاء دروس لأبنائهم هى: الرغبة فى الحصول على مجموع درجات أعلى، يليه ازدحام الفصول بالتلاميذ، مما يفوت على كثير منهم فرصة التحصيل الجيد، وتبين أن المرحلة الثانوية هى أكثر المراحل التى تكثر فيها الدروس الخصوصية فى القاهرة، مقابل المرحلة الابتدائية بالأقاليم، وتبين أن أهم مواد الدروس الخصوصية هى:

الرياضيات، اللغة الإنجليزية، اللغة الفرنسية والعلوم؛ **وأهم المقترحات لحل المشكلة هى**: رفع مستوى المدرس العلمى، تنظيم الدروس الخصوصية فى مجموعات ورفع مستوى المدرس المادى.

٢/٤/٦ نموذج من استطلاعات الرأى العام حول موضوعات اجتماعية:

- أجرى جهاز قياس الرأى العام دراسة لاستطلاع الرأى العام نحو عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر خلال أبريل عام **١٩٧٧** وتبين ما يلى(٢١):

- توافق على الاقتراح المقدم بعودة المرأة إلى المنزل بنصف أجر **٥٢٪** مقابل معارضة من **٤٧٪** ولم يكن لـ **١٪** رأى فى هذا الاقتراح رغم أنهن زوجات عاملات بل توافق **٢٢٪** على الإصرار فى تطبيق هذا الاقتراح.

- تمثلت أهم مزايا الاقتراح فى نظر **٨٨٪** من الموافقات فى حسن تربية الأبناء وتمثلت عيوبه فى نظر **٨٣٪** ممن لم يؤيدن الاقتراح فى: النقص الذى سيحدثه فى دخل الأسرة.

- ويوافق على الاقتراح **٥٣,٧٢٪** من الأزواج ويعارضه **٤٥,٤٦٪** منهم ووافق **١٨,٤٦٪** من الموافقين على فكرة الاقتراح على مبدأ إبقاء المرأة إجباريا فى البيت لرعاية أبنائها.

- تمثلت أهم مزايا الاقتراح عند الموافقين عليه فى حسن تربية الأبناء عند **٩٥,٣٣٪** وأهم عيوبه النقص فى دخل الأسرة (**٧٨,٢١٪**).

٣/٤/٦ نموذج من استطلاع الرأى العام حول موضوعات سياسية:

ومن الاستطلاعات العربية حول موضوعات سياسية الاستطلاع الذى أجراه مركز دراسات الوحدة العربية ببيروت حول اتجاهات الرأى العام عن الوحدة العربية، كما أجرى جهاز قياس الرأى العام استطلاعا للرأى العام حول زيارة الرئيس

السادات لإسرائيل. ومن نماذج هذه الاستطلاعات مـا أجراه إكرام بـدر الدين وعبد الغفـار رشاد حول الرأى العام المصرى وقضايا الديمقراطية والهوية[٢٢]، حيث أجريا فى ١٩٨٤ الاستطلاع على ١٨٦ مفردة منهم الطلاب (٤٧٪)، المهنيون (٢٧٪)، الفلاحـون (١٥٪)، والعمـال (١١٪)، ومقيـمون فـى الـريف (٥٧٪)، والحضـر (٤٣٪) وتبين ما يلى:

- رغم تعدد صـور النظـام السياسـى المصرى فـى عيون المـواطن ، فإن ٢١٪ من أفراد العينة فقط يصفون هذا النظام بأنه تعددى، أما بقيتهم فيصفونه بصفات أخرى أهمها: سلطوى (٣٠٪)، فردى (٢٨٪)، وشمولى (١٩٪).
- أظهـر ٦, ٤١٪ من أفـراد العـينة عـدم معـرفتهم أصـلا بوجـود انتخـابات بـالقـائمـة ، ولم يؤيد هذا الـنظـام إلا ٦, ٢٧٪ وعـارضه ٩, ٥٦٪ وأهم أسباب معـارضته: يضيق فرصة الاختـيار أمام الناخب (٦, ٢٢٪)، يتيـح سيطـرة الحزب على المرشحين (٧, ١٧٪)، يجعل النـاخب يجهل أسـماء المرشحين (١, ١٦٪) ويؤدى إلى سيطرة الحزب الواحد (٦, ٢٩٪).
- لا ينتمـى ٦١٪ من المبحوثـين إلى أى حزب سياسى ولم يكن لـ ٢, ٨٨٪ من المبحوثين أية انتماءات حزبية سابقة، ويفضل ٦, ٥٥٪ وجود أكثر من حزبين.
- ويرى ٦, ٥٣٪ من المبـحوثين أن الأحزاب تقوم بدور إيجابى كموزع للقيـم، بينما أكد ٣, ٤٣٪ عدم وجود أى دور حقيقى تؤديه الأحزاب.
- يسـبق الانتمـاء لمصر الانتـماء لـلعروبـة عنـد ٣, ٦٩٪ من إجمـالى العـينة مقابل ٦, ٢٨٪ تأتى العـروبة عندهم فى المقام الأول ، ويرى ٥, ٣٤٪ أن الانتماء الإسلامى يسبق ما عداه من انتماءات.
- يعرف ٩٠٪ من المبحوثـين رموز الهوية القـطرية ، سواء أكانـت هذه الرموز ممثلة فـى النشيد الـقومى أم علـم الدولة أم الـشعارات والعبـارات والأمثلة

والأقوال والمقتطفات التى ترددها كثيرا وسائل الإعلام والزعماء فى خطاباتهم.

٤/٤/٦ نموذج من استطلاع الرأى العام حول موضوعات إعلامية(*):

أجرى اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، بالاشتراك مع مركز بحوث الرأى العام بجامعة القاهرة ، دراسة لاستطلاع اتجاهات الرأى العام نحو برامج الإذاعة والتليفزيون على عينة قوامها ثمانية آلاف مفردة من كافة المناطق وتبين من هذا الاستطلاع ما يلى[٢٣]:

- يشاهد التليفزيون ٩٨,٧٥٪، وبمتوسط يومى ٥ ساعات.
- أفضل عشر مواد وبرامج على القناة الأولى على سبيل المثال هى: الأفلام العربية (٩٧,١١٪)، المسلسلات العربية (٩٤,٣٣٪)، لحظة من فضلك (٨٨,٨٣)، لقاء الشيخ الشعراوى (٨١,٨٥٪)، الغناء (٧٦,٧٥٪)، العلم والإيمان (٧٦,٦٨)، البرامج الرياضية (٧٤,٢٨٪)، التمثيليات العربية (٧٣,٦٩٪)، والمسرحيات العربية (٧٠,٤١٪).
- يستمع إلى الإذاعة ٨٢,٦٨٪ وبمتوسط يومى ٩ دقيقة ٤ ساعة.
- أحب عشرة برامج عموما إلى المستمعين هى: الأغانى (٩٢,١٦٪). القرآن الكريم(٨٨,٢٧٪)، همسة عتاب (٦٦,٨٥٪)، كلمتين وبس (٦٤,٧٩٪)، الأحاديث النبوية والفتاوى (٦٤,٢٩٪) المسلسلات (٦١,٢١٪)، على الناصية (٥٦,٠٩٪)، ما يطلبه المستمعون

(*) للاطلاع على نماذج أخرى من استطلاعات الرأى العام حول موضوعات إعلامية (راديو، تليفزيون، صحافة، سينما، ڤيديو، كاسيت، قادة رأى..إلخ) انظر ما يلى:
- عاطف عدلى العبد. «مستخلصات بحوث الإعلام فى الوطن العربى» **غير منشور** (باريس: اليونسكو، ١٩٨٥).
- نهى عاطف عدلى العبد. **«مستخلصات بحوث الفضائيات»**. (القاهرة: الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، ٢٠٠٤).
- المجلة المصرية لبحوث الرأى العام (القاهرة: مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة، أعداد متفرقة).

(٥٢,٨٢٪)، نشرات الأخبار (٥٢,٧٦٪) وأخبار خفيفة (٥١٪)[*].

٥/٦ أهم التوصيات التى يمكن أن تسهم فى تطوير وترشيد قياسات الرأى العام فى مصر:

قدم مدير مركز بحوث الرأى العام الأسبق أستاذنا الدكتور سمير حسين مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التى يمكن أن تسهم فى تطوير وترشيد قياسات الرأى العام فى مصر، نتفق معه فيها تماما، ونتطلع إلى الأخذ بها حتى تحقق قياسات الرأى العام الأهداف المرجوة منها وهذه **الاقتراحات هى**[٢٤]:

- **التأكيد على ضرورة القيام ببحوث الرأى العام وقياسه بطريقة دورية** ومستمرة بالنسبة لمختلف القضايا والموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها، وعدم التخوف من القيام بهذه الدراسات ؛ لأن المخاطر التى قد تنجم عن عدم قياس الرأى وافتراض الإحاطة به دون معرفة ميدانية حقيقية، وتجاهل قياسه فى بعض الحالات، تعتبر مخاطر عالية نسبيا يمكن تجنبها بالقياس العلمى الدورى الدقيق.

- **التأكيد على أهمية «تقارير المعلومات»**: إلا أن من الخطورة أن نعتمد عليها فقط كمقياس وحيد لاتجاهات الرأى العام، حيث لا تمثل فى الواقع مقياسا حقيقيا للرأى العام. ويجب التأكيد على ضرورة **اتباع الأسس العلمية فى قياس الرأى العام** المتمثلة فى تحديد المشكلات والموضوعات المطلوب قياس الرأى العام بشأنها، واختيار العينات الممثلة تمثيلا صحيحا للمجتمع المراد قياس الرأى العام به، وتصميم أدوات جمع البيانات والمعلومات بطريقة صحيحة وموضوعية ودقيقة، تضمن التعرف والكشف الدقيق عن اتجاهات الرأى العام، والقيام بعمليات

(*) للوقوف على ملخص يتعرض لكل جوانب هذه الدراسة التى يصل عدد صفحاتها إلى ٢٣٣ صفحة، انظر المرجع الآتى:

- عاطف عدلي العبد. **«مستخلصات بحوث المستمعين والمشاهدين»**. (بغداد: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، ١٩٨٩) ٥٠ مجلداً.

التحليل والتفسير وربط نتائج القياس بالمؤشرات الأخرى ربطا علميا يساعد على المعرفة المتكاملة والإحاطة الموضوعية، ويؤدى إلى إمكانية التنبؤ باتجاهات الرأى العام مستقبلا.

– **عدم الاقتصار على جهة واحدة فقط فى عملية قياس الرأى العام** والسعى إلى إحداث أكبر قدر من التكامل بين جهود عدة مؤسسات بحثية أو مراكز بحوث، لأن ذلك سيؤدى بالضرورة إلى تعدد وجهات النظر، وتوسيع نطاق المعرفة، وشمول النظرة، وتوفير درجة الحياد والموضوعية المطلوبة، والتعرف على كافة الأبعاد والزوايا والمداخل المختلفة للموضوعات التى يقاس الرأى العام بشأنها، وكذلك معرفة المزيد من التحليلات والتفسيرات المتنوعة التى تثرى المعرفة المطلوبة بالرأى العام.

– **أهمية الربط بين نتائج قياس الرأى العام والمضمون الإعلامى الموجه إلى المواطنين عبر وسائل الإعلام أو أشكال الاتصال الشخصى**: حيث توجد باستمرار درجة عالية من الارتباط بين قياس الرأى العام من جهة، وتنوير الرأى العام وتوجيه مساره وتصحيح الأسس المعرفية القائم عليها من جهة أخرى، كما أن الاكتفاء بقياس الرأى العام فقط لن يؤدى وظيفته بالكامل إلا إذا اقترن ذلك بتقديم معلومات ومواد إعلامية تساعد على إعطاء معلومات صحيحة، واستكمال المعلومات المنقوصة، وتصحيح المعلومات الخاطئة، وهكذا تتحول نتائج قياسات الرأى العام إلى أدوات إيجابية لتنوير الرأى العام وخلق الرأى العام الواعى المستنير.

– **ضرورة دعم وحدات قياس الرأى العام بالإمكانات المادية والتكنولوجية** التى تساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبويبها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها، مع القدرة العالية على اختزان المعلومات واسترجاعها وربطها بالمعلومات الأخرى المتاحة عن موضوعات مرتبطة أو متشابهة.

- **أهمية التدريب المنظم المكثف للقوى البشرية من المتخصصين فى مجال دراسات وقياسات الرأى العام** الذين يجب انتقاؤهم على أساس التخصص، والخبرة، وسعة الأفق، ورجاحة العقل والمنطق والفكر، والأمانة، والثقة، والاستشعار بمسئولية العمل الوطنى الذى يقومون به، مع إتاحة الفرصة أمامهم للاطلاع على أحدث النظم العالمية فى قياس الرأى العام، والانفتاح المعرفى والمهنى على تجارب الدول المختلفة فى هذا المضمار.

ونود فى هذا الصدد الإشادة بالجهات البحثية التى تهتم بالتدريب فى مجال الرأى العام ومنها: مركز البحرين للبحوث والدراسات(*)، ووزارة الإعلام العُمانية (**)، والهيئة العامة للاستعلامات(***).

(*) قام المؤلف بتنظيم دورة مكثفة فى أساسيات قياس الرأى العام بمركز البحرين للبحوث والدراسات فى يونيو ٢٠٠٣، وتلقى المتدربون بالمركز دورة مكثفة حول الأساليب الكمية والكيفية فى استطلاعات وبحوث الرأى العام بمركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام فى أغسطس ٢٠٠٣.

(**) قام المؤلف بتنظيم العديد من الدورات التدريبية فى هذا المجال بوزارة الإعلام العمانية خلال سنوات عمله مستشاراً للرأى العام وبحوث المستمعين والمشاهدين ١٩٨٩-١٩٩٨.

(***) يشارك المؤلف فى الدورات التدريبية العامة والمتخصصة التى تعقدها الهيئة العامة للاستعلامات حول الرأى العام وطرق قياسه.

ملخص الوحدة

حرص المؤلف فى هذه الوحدة على توضيح نشأة قياس الرأى العام وتطوره ومشكلات قياسه فى الدول النامية والتقسيم الوظيفى لاستطلاعات وبحوث الرأى العام ، وأهم التوصيات التى يمكن أن تسهم فى ترشيد وتطوير استطلاعات وبحوث الرأى العام فى مصر.

استعرض المؤلف نشأة قياس الرأى العام فى الماضى والحاضر، وأوضح أن بدايات الاهتمام بقياس الرأى العام تعود إلى عام ١٨٢٤ حينما حاولت بعض الصحف استطلاع الرأى العام مثل محاولة مجلة الخلاصات الأدبية، والانتقال من مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم فى هذا المجال من خلال معهد جالوب الذى أنشئ عام ١٩٣٥، وأوضح أن مرحلة النضج فى قياس الرأى العام بدأت أوائل السبعينيات من القرن الماضى، وسيطرت على ساحة الرأى العام ثلاث قضايا أساسية هى: الديمقراطية، المنهج والنظرية، والاختلافات.

وتضمنت هذه الوحدة قياس الرأى العام فى الدول العربية من خلال مصر كنموذج، وأهم الأجهزة التى تساهم فى قياس الرأى العام، ومشكلات قياس الرأى العام فى الدول النامية.

كما تتضمن الوحدة التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام بأنواعه الثلاثة: استطلاعات الرأى العام، قياس اتجاهات الرأى العام، وبحوث الرأى العام، ونماذج من استطلاعات الرأى العام فى الدول العربية فى الموضوعات التعليمية والاجتماعية والسياسية والإعلامية.

- وتنتهي هذه الوحدة بتقديم أهم التوصيات التى يمكن أن تسهم فى تطوير وترشيد قياسات الرأى العام فى مصر.

أسئلة الوحدة

أولاًـ أسئلة المقال :

س١: تكلم عن نشأة قياس الرأى العام وتطوره عالمياً ومحلياً؟

س٢ : عدد اللجان التى يتشكل منها جهاز الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .

س٣ : أذكر أهداف مركز بحوث الرأى العام التابع لجامعة القاهرة .

س٤: ما هى أهم المشكلات التى تواجه قياس الرأى العام فى الدول النامية؟

س٥: ما هى أهم التوصيات التى يمكن أن تساهم فى تطوير وترشيد قياس الرأى العام فى مصر؟

س٦: حاول اقتناء المجلة المصرية لبحوث الرأى العام التى تصدر عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام ، واستخرج من أعدادها نماذج لاستطلاعات وبحوث الرأى العام السياسية والاقتصادية والاتصالية والاجتماعية ، وأعد ملخصاً لهذه النماذج فى ضوء ما درسته من نماذج بهذه الوحدة.

ثانياً ـ الأسئلة الموضوعية :

س٧:أكمل العبارات الآتية:

(أ) انتقلت عدوى استطلاع الرأى العام فى بعض البلاد كالولايات المتحدة الأمريكية من سوق .... إلى سوق ....

(ب) تعود بدايات الاهتمام بقياس الرأى العام إلى عام ....

(جـ) أمكن بعد تأسيس معهد جالوب الانتقال من مرحلة .... إلى مرحلة .... فى مجال قياس الرأى العام.

(د) بدأت مرحلـة النضج فـى استطلاعـات الرأى العـام منذ أوائل .... من القرن المـاضـى من خلال التـركيـز على الجانب الديـنـامـيـكـى الخـاص بـ .... وليس ....

(هـ) من أمثلـة استطـلاعات الـرأى العـام التـى ترصـد اللحظـة الآنيـة: المسح الاجتماعى العام GSS، و .... ، و ....

(و) سيطرت ثلاث قضـايا أساسية على ساحة العمل العلمى فى مجال الرأى العام هى: الديمقراطية، ....، ....

(ز) بدأ جهاز قيـاس الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية عـام .... ، وبدأ مركز بـحوث الرأى العام بكلـية الإعلام جامعة القاهرة عام ....

(حـ) يمكن تقـسيم مـسوح الـرأى العـام تقـسيمـاً وظيفيـاً إلى: .... ، و.......... ، و ....

س٨: ضع العلامة المناسبة (√) أو (×) أمام العبارات الآتية:

(أ) اعتمـدت مـجلة الخلاصـات الأدبيـة على عينـات عشـوائيـة ممثلة للـرأى العام. ( )

(ب) يعتـبر مـركز بحـوث الرأى العـام بكليـة الإعلام أول مركـز متخصـص فى استطلاعات الرأى العام فى مصر إذ بدأ ممارسة نشاطه عام ١٩٧٠. ( )

(جـ) أنـشئ جهـاز قيـاس الـرأى العـام بـالمركـز القـومـى للبحـوث الاجتمـاعيـة والجنائية فى ٢١ يونيه ١٩٨٢. ( )

(د) من المشكلات المنهجية التى تواجه قياس الرأى العام فى مصر: كثرة ظهور فئة اللارأى. ( )

(هـ) يقتـصر التقـسيم الوظـيفى لمسـوح الرأى العـام على الاسـتطلاعات الفـورية للرأى العام. ( )

(و) يصدر مـركز بحوث الـرأى العام المجلة المصرية لـبحوث الرأى العـام كمجلة علمية محكمة متخصصة فى نشر استطلاعات وبحوث الرأى العام. (   )

نماذج الإجابة

جـ ٨: (أ) (×) (ب) (×) (جـ) (×) (د) (√)
(هـ) (×) (و) (√)

مراجع الوحدة السادسة

(١) للاستزادة حول نشأة قياس الرأى العام وتطوره ، انظر ما يلى:

- ستوتزل، جان، آلان جيرار. ***استطلاع الرأى العام.*** **تأليف:** جان ستوتزل، الآن جيرار. **ترجمة :** عيسى عصفور (بيروت: مكتبة الفكر الجامعى، ١٩٧٥).
- شيللر، هربرت. صناعة استطلاع الرأى العام: قياس وتصنيع الرأى . ***فى كتابه:*** المتلاعبون بالعقول تأليف هربرت شيللر، **ترجمة:** عبد السلام رضوان. (الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٦) ص ص ١٣٦ - ,١٦١
- عاطف عدلى العبد. "الأساليب الكمية والكيفية فى استطلاعات وبحوث الرأى العام" ***محاضرات غير منشورة*** (المنامة: مركز البحرين للبحوث والدراسات، ٢٠٠٣).
- عاطف عدلى العبد. "الإعلام السياسى والرأى العام" ***محاضرات غير منشورة.*** (القاهرة: مكتب المستشار، ٢٠٠٣).
- عاطف عدلى العبد. قياس الرأى العام: ***محاضرات غير منشورة*** (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٠٢).
- عاطف عدلى العبد. قياس الرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية. ***محاضرات غير منشورة*** بالدورة التدريبية فى مجال قياس الرأى العام لموظفى وزارة الإعلام العمانية (مسقط: وزارة الإعلام، ١٩٨٩).
- عاطف عدلى العبد. ***مدخل إلى الاتصال والرأى العام*** :ط٣ . (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٨) ص ص ١٣٠ - ,١٤٨
- ناهد رمزى. ***الرأى العام وسيكولوجيا السياسة*** (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٩١).
- ناهد صالح. ***قياس الرأى العام: الماضى، الحاضر، المستقبل.*** (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٣).
- ناهد صالح وآخرون. ***قياس الرأى العام فى المنهج و ا لأخلاقيات:استطلاع لرأى نخبة متخصصة.*** تأليف: ناهد صالح، ونجوى خليل، هند طه، عبير صالح (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٤).
- ناهد صالح وآخرون. ***قياس الرأى العام: استطلاعات للرأى ودراسات.*** (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٤).

- ندوة قياس الرأى العام فى مصر- ١ - ١٢ مارس ١٩٨١ بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

- Berelson, B. ***Reader in public opinion and Communication.*** - (Callier Macmillan, 1967).

- Childs, H. ***Public Opinion***. (N.Y: DVN Company. N.D. ***p.*** 15.

- Key, V. ***Public Opinion and American Democracy.*** (N.Y0 : Knoff, 1966).

(٢) للاستزادة حول قياس الرأى العام فى مصر ، انظر المراجع الآتية:

- عاطف عدلى العبد. قياس الرأى العام فى: ***مجلة النيل***. العدد ٣١ أكتوبر ,١٩٨٧ ***مرجع سابق***. ص ,٤٢

- عبد الحميد حجازى. ***الرأى العام والإعلام والحرب النفسية*** (القاهرة: دار الرأى العام، ١٩٨٧) ص ص ٢٢٨ - ,٢٩١

- ناهد رمزى. محاولة علمية لدراسة الرأى العام فى مصر فى: ***ندوة قياس الرأى العام فى مصر*** بالقاهرة ١٠ - ١٢ مارس ,١٩٨١ ص ص ١٤ - ,٥٩

(٣) للاستزادة حول تجربة الهيئة العامة للاستعلامات ، انظر المرجع الآتى:

- محمد عبد القادر حاتم. ***الرأى العام وتأثره بالإعلام والدعاية*** (بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٧٣). ص ص ٢٨٤ - ,٣٠٣

(٤) يحيى أبو بكر. ***حاضر قياس الرأى العام ومستقبله فى مصر***. فى: ندوة قياس الرأى العام فى مصر بالقاهرة ١٠ - ١٢ مارس ١٩٨١ ص ,٦٧

(٥) ***المرجع السابق***. الصفحة نفسها.

(٦) المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية. ***ندوة قياس الرأى العام فى مصر ١٠ - ١٢ مارس ,١٩٨١ مرجع سابق***. ص ,٣٢٠

(٧) من البحوث المهمة التى أجرتها هذه المكاتب ما يلى:

- المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط. «برامج وإعلانات التليفزيون كما يراها المشاهدون المعلنون». ***غير منشور***. (القاهرة: المجموعة، ١٩٨٠).

- المكتب الدولى لاستشارات المعلومات. «نموذج لإذاعة محلية تلبى الاحتياجات والرغبات

فى بيئة محلية». *غير منشور.* (القاهرة: المكتب الدولى لاستشارات المعلومات واتحاد الإذاعة والتليفزيون، ١٩٨٠).

وللاستزادة انظر الدليل الآتى:

– عاطف عدلى العبد. ***دليل بحوث الاتصال فى الوطن العربى.*** ط٢ (القاهرة: دار الفكر العربى. ١٩٩٥) ص ص ١٥٥ – ,١٥٨

(٨) **للاستزادة حول تجربة مؤسسة الإذاعة والتليفزيون المصرية فى البحوث ، انظر المرجع الآتى:**

– عاطف عدلى العبد. ***التجربة البحثية لمؤسسة الإذاعة والتليفزيون المصرية.*** فى: مجلة البحوث. العدد ٢٣ عام ,١٩٨٨

(٩) جهاز قياس الرأى العام. ***جهاز قياس الرأى العام فى ثلاث سنوات*** (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية. ١٩٧٩).

(١٠) ***المرجع السابق.***

(١١) ***دليل مركز بحوث الرأى العام*** (القاهرة: مركز بحوث الرأى العام، ٢٠٠٤).

(١٢) سمير محمد حسين. ***الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام*** (القاهرة: عالم الكتاب، ١٩٨٤). ص ,٣٥٣

صفوت فرج. الاعتبارات المنهجية والعلمية فى قياس الرأى العام فى: الدورة التدريبية الأولى للعاملين فى مجال الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، د.ت) ص ,٣٧

عاطف العبد. ***قياس الرأى العام. مرجع سابق.*** ص ,٤١

(١٣) الكتاب الإحصائى السنوى لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ,٢٠٠٤

عاطف عدلى العبد. ***الإذاعة والتليفزيون فى مصر.*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٤).

(١٤) صلاح عبد الحميد محمد. ***قياس دور وسائل الإعلام فى التنمية الصحفية*** (القاهرة: مؤسسة ماسبيد، ١٩٨٢).

، عاطف عدلى العبد. ***علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال: دراسة ميدانية.*** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨).

(١٥) **للاستزادة انظر المراجع الآتية:**

– عواطف عبد الرحمن. رؤية نقدية لاستطلاعات الرأى العام فى العالم الثالث. فى: ***ندوة قياس الرأى العام بمصر*** ١٠ – ١٢ مارس ١٩٨١ ، ص ص ١٨٥ – ,٢٠٥

- صفوت فرج. *مرجع سابق*. ص ٣٥ - ٣٧.
- كمال المنوفى. الرأى العام فى الدول النامية: بيئته ومشاكل قياسه فى: *ندوة قياس الرأى العام فى مصر* ١٠ - ١٢ مارس ١٩٨١، ص ص ١٦٣ - ١٨٤.
- كمال المنوفى. الرأى العام فى الدول النامية فى: *عالم الفكر*. المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، يناير - مارس ١٩٨٤، ص ص ٦٥ - ٧٨.
- مختار التهامى. نظرة نقدية لأساليب قياس الرأى العام فى الدول النامية. فى: *ندوة قياس الرأى العام فى مصر* بالقاهرة ١٠ - ١٢ مارس ١٩٨١، ص ٤.
- ناهد رمزى. *قياس الرأى العام فى الدول النامية*. (القاهرة: جهاز قياس الرأى العام، ١٩٧٩) ص ١٥.

- Charles, M. and Robert, P. A note on no-response in mail survey. in, ***P. O. Quartely***. vol, 30, 1966 pp 837 - 646.
- Joe, F. and Lawrence, B. What we know about: I don't know? in: ***P.O.Quartely.*** vol, 39 1975, pp 207 - 218.

(١٦) سمير محمد حسين. **مرجع سابق**. ص ص ٣٥٠ - ٣٥٢.

(١٧) **من أمثلة ذلك:**

- عاطف عدلى العبد. *المرأة الريفية*. (القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٧) سلسلة اقرأ - ٤٨٤، ص ص ٧ - ١٢٠.

(١٨) عاطف عدلى العبد. **علاقة الطفل المصرى بوسائل الإعلام**. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨).

(١٩) نادية سالم. أسلوب غير تقليدى لقياس الرأى العام: تحليل مضمون بريد القراء فى الصحف المصرية فى الستينيات والسبعينيات فى: *المجلة الاجتماعية القومية. العدد الأول* يناير ١٩٨٠، ص ص ٢٩ - ٤٤.

(٢٠) جهاز قياس الرأى العام. *استطلاع الرأى العام نحو ظاهرة الدروس الخصوصية*. (القاهرة: الجهاز ، ١٩٧٨).

(٢١) جهاز قياس الرأى العام. *الاستطلاع الثالث: عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر*. (القاهرة: الجهاز، ١٩٧٨).

(٢٢) إكرام بدر الدين، عبد الغفار رشاد. *الرأى العام المصرى وقضايا الديموقراطية والهوية:*

دراسة ميدانية استطلاعية. (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٥).

(٢٣) اتحاد الإذاعة والتليفزيون بالاشتراك مع مركز بحوث الرأى العام بجامعة القاهرة. «اتجاهات الرأى العام نحو برامج الإذاعة والتليفزيون». غير منشور (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، د.ت).

(٢٤) سمير محمد حسين. *مرجع سابق*، ص ص ٣٦١ - ٣٦٣.

ومن أمثلة استطلاعات وبحوث الرأى العام التى أجراها مركز بحوث الرأى العام خلال عام ٢٠٠٤:

- عاطف عدلى العبد. "تقييم الإعلام البيئى المحلى لإقليم الدلتا". *غير منشور* (القاهرة: مركز بحوث الرأى العام بالتعاون مع الجمعية المركزية للإعلام والبيئة وبرنامج دعم مبادرات الجمعيات الأهلية، ٢٠٠٤).
- عاطف عدلى العبد. "استطلاع رأى الجمهور فى مشكلات المجتمع المصرى".. *غير منشور* (القاهرة: مركز بحوث الرأى العام بالتعاون مع أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا، ٢٠٠٤).

الوحدة السابعة

أنواع العينات واستخداماتها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يقارن بين البحوث الشاملة وبحوث العينات من حيث التعريف ومزايا وعيوب كل منها .

٢ـ يذكر ميزات البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل فى بحوث الرأى العام .

٣ـ يذكر أنواع العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٤ـ يذكر مثالين على الأقل من أمثلة العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية) .

٥ـ يعدد الطرق المختلفة لاختيار العينات العشوائية البسيطة .

٦ـ يقارن بين العينة العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة من حيث أوجه الاتفاق والاختلاف .

٧ـ يقارن بين مستويات اختيار العينات الطبقية العشوائية الثلاث من حيث الدقة فى الاختيار وأساس الاختيار ومستوى التجانس .

٨ـ يذكر شروط الإطار الجيد لعينات استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٩ـ يذكر أخطاء العينات التى يجب تجنبها عند سحب عينات استطلاع الرأى العام.

العناصر:

١/٧ مقارنة بين البحوث الشاملة وبحوث العينات :

١/١/٧ البحوث الشاملة .

٢/١/٧ بحوث العينات .

٣/١/٧ ميزات البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل فى بحوث الرأى العام .

٢/٧ أنواع العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام :

١/٢/٧ العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية) :

١/١/٢/٧ العينات العارضة .

٢/١/٢/٧ العينات العمدية .

٣/١/٢/٧ العينة الحصصية :

١/٣/١/٢/٧ أسلوب الضوابط المستقلة .

٢/٣/١/٢/٧ أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليًا .

٢/٢/٧ العينات الاحتمالية العشوائية :

١/٢/٢/٧ العينة العشوائية البسيطة :

١/١/٢/٢/٧ الاقتراع المباشر .

٢/١/٢/٢/٧ الجداول العشوائية .

٣/١/٢/٢/٧ الحاسب الآلى .

٢/٢/٢/٧ العينة العشوائية المنتظمة :

١/٢/٢/٢/٧ مزايا العينة العشوائية المنتظمة .

٧/٣/٤ أخطاء العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام :

١/٤/٣/٧ أخطاء المعاينة .

٢/٤/٣/٧ أخطاء التحيز.

المفاهيم المتضمنة :

- المجتمع .
- وحدات المعاينة .
- الإطار .
- العينات غير الاحتمالية .
- العينة العشوائية البسيطة .
- العينات الاحتمالية .
- الاقتراع المباشر .
- الجداول العشوائية .
- العينة العشوائية المنتظمة .
- العينة الثابتة أو الدائمة .
- العينة متعددة المراحل .

الوحدة السابعة
أنواع العينات واستخداماتها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام

مقـدمة :

يتركب المجتمع من وحدات (أفراد مثلا أو أسر)، ويتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كل وحدات المجتمع الذى حدده أم من عـينة، وهنا يجد الباحث نفسه أمام نوعين من البحوث فيما يتعلق **بنطاق الدراسة**: هى البحوث الشاملة وبحوث العينات على النحو التالى:

١/٧ مقارنة بين البحوث الشاملة وبحوث العينات:

١/١/٧ البحوث الشاملة:

إن البحوث الشاملة هى البحوث التى تجرى على كل وحدات المجتمع، كما يحدث فى **التعددات العامة**، إلا أن هذه الطريقة كثيرة التكاليف وتحتاج إلى وقت طويل وإمكانيات طائلة قد لا تتوافر كلها أو بعضها للباحثين، ويكفى فى هذا الصدد الإشارة إلى مقدار الجهد والوقت الذى يبذل عندما تقوم بعض الحكومات بإحصاء قومى عام كل عشر سنوات، مع أن الإحصاء لا يشتمل إلا على عملية «**عد بسيط**»، بينما تتطلب بعض البحوث التعمق فى دراسة الحالات، بالإضافة إلى أن جمع البيانات من جميع أفراد المجتمع يؤدى إلى **أخطاء كثيرة** نتيجة لكثرة عدد الأفراد وضخامة المجهود اللازم لجمع البيانات منهم جميعا، فضلا عن أن إجراء بحث على جميع أفراد المجتمع يؤدى إلى ملل البعض من كثرة الأبحاث التى تجرى عليهم تباعا مما يدفعهم إلى عدم التعاون مع الباحثين، كما تعتبر دراسة المجتمع كله فى حالة تجانسه بمثابة ضياع للوقت والجهد بلا مبرر.

والخلاصة أنه لو بحثنا فى كتب مناهج البحث ـ أو إذا شئنا الدقة فى معظمها ـ عن مزايا اتباع أسلوب الحصر الشامل لـن نجد سوى مـيزة واحدة وهى تجنب أخطاء التعميم التى تنتج عن استخدام بيانات مأخوذة من قطاع معين من المجتمع «عينة» فى الحكم على المجتمع "ككل".

ولا يعنى ما سبق أنه لا ضرورة لاستخدام الحصر الشامل، بل هناك ضرورة تستلزم استخدام الحصر الشامل وخاصة إذا ما كان المجتمع المبحوث محدودا أو قليل العدد، كطلاب بعض الكليات أو عمال مصنع يختلف عن باقى المصانع أو مجتمع القائمين بالاتصال فى إحدى وسائل الإعلام.. إلخ.

٢/١/٧ بحوث العينات:

إن بحوث العينات هى البحوث التى تتناول بالدراسة بعضا يمثل الكل يختار بطريقة علمية، وفكرة العينات ليست جديدة، بل معروفة منذ زمن طويل ويستخدمها الرجل العادى فى حياته اليومية عدة مرات فى مختلف شئونه دون أن ينتبه إلى أنها طريقة علمية تؤدى إلى استنتاجات سليمة إذا بنيت على أساس علمى، فعندما يريد شخص ما شراء غلال فهو يأخذ «كمية قليلة» لاختبارها، وعندما يريد شراء ثوب من القماش فإنه يأخذ قطعة صغيرة منه، وعندما يريد أحد الموجهين معرفة مستوى فصل دراسى معين فإنه يقوم باختبار طالب أو مجموعة من الطلبة من هذا الفصل، وكذلك عندما يطلب الطبيب فحص دم المريض يكتفى طبيب التحاليل بتحليل قدر صغير من دم المريض وليس كل دمه بالطبع.

وقد دلت كثير من البحوث على أن العينة إذا اخْتيرت ممثلة للمجتمع الذى تؤخذ منه، تؤدى إلى توفير كثير من الجهد سواء بالنسبة للباحث أو بالنسبة للمبحوثين، وفى نفس الوقت تكون النتائج قريبة من النتائج التى نحصل عليها لو أجرينا البحث على جميع مفردات المجتمع.

ولقد تأكدت الثقة فى بحوث العينات من دراسة رونترى سنة ١٩٤١ فى دراسته

الكلاسيكية عن الفقر فى إحدى المدن البريطانية، إذ درس حالة الطبقة العاملة وقارن بين ما تنفقه طبقات عاملة متفاوتة من ناحية الدخل على إيجار السكن حيث أجرى الدراسة على المجتمع كله ثم أجرى الدراسة باستخدام عينة عشوائية منتظمة وقارن بين نتائج الدراستين ووجد نتائجهما متقاربة إلى درجة كبيرة.

٣/١/٧ ميزات البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل فى بحوث الرأى العام:

تتمثل أهم ميزات البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل فى اختصار الوقت والجهد اللازمين لإتمام البحث، وبالتالى الاقتصاد فى التكاليف، لأن البحث الشامل يحتاج إلى مزيد من الوقت والجهد والمال مقارنة بما يحتاجه البحث بطريقة العينة.

- يمكن الحصول بسهولة على الإجابات الدقيقة إذا ما استخدمنا جزءا من المجتمع الكلى، ويسهل تتبع غير المستجيبين فى حالة البحث بالعينة، بينما يكون ذلك صعبا فى حالة الحصر الشامل، فمثلا فى حالة الاستبيانات المرسلة بالبريد نجد أنه فى حالة إرسالها لأفراد المجتمع كله يكون من الصعب الضغط على الذين لم يستجيبوا بالرد حتى لو كان الرد إجباريا وذلك لكثرة عدد الأفراد، بينما فى حالة العينة يمكن عادة لقلة عدد الأفراد متابعتهم بالاتصالات المتوالية أو بالزيارات الشخصية ، كما يمكن الاطلاع على إجابات العينة بمجرد ورودها فإذا ما وجدنا أن بعض البيانات ناقصة اتخذنا إجراءات لاستكمالها أو لاختبارها إذا ما داخلنا الشك فى بعض الردود.
- يمكن الحصول من أفراد العينة على بيانات أكثر مما نستطيع الحصول عليه من أفراد المجتمع، كله مما يجعلنا نتعمق فى الدراسة لإمكان الحصول على باحثين مدربين أو يمكن تدريبهم ـ لقلة عددهم ـ حتى يمكنهم الحصول على

الإجابات التى تحتاج إلى شرح بعض المصطلحات أو المفاهيم المتعلقة بالسؤال.

- يساعد استخدام جزء من المجتمع على إنجاز مهمة جمع البيانات وتلخيصها وتحليلها فى أقل وقت، وهذا سهل جدا وخاصة إذا ما أردنا بعض المعلومات عن المجتمع على وجه السرعة مثل: الاستطلاع الفورى للرأى العام حيال قضية ما.
- قد تفرض طبيعة المجتمع محل الدراسة على القائمين بالبحث استخدام أسلوب العينات فقط كتحليل دم المريض، أو إحراء بحث للتعرف على مدى مشاهدة برنامج ما.. إلخ.

والخلاصة: أن ميزات العينة مقارنة بالحصر الشامل تتمثل فى: أنها أكثر اقتصادا فى النفقات والجهد سواء فى جمع البيانات أو تفريغها أو جدولتها، كما توفر درجة أكبر من الدقة سواء فى العمل الميدانى أو عمليات المراجعة الميدانية والمكتبية، كما تمكّن قلة الحالات من توجيه مزيد من الأسئلة التى تقتضيها دراسة كل جوانب البحث.

٢/٧ أنواع العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

تنقسم العينات التى تُستخدم فى استطلاعات وبحوث الرأى العام إلى نوعين هما: العينات غير الاحتمالية والعينات الاحتمالية ؛ على النحو التالى:

١/٢/٧ العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية):

إن العينات غير الاحتمالية هى العينات التى تؤخذ بغير الأسس السليمة، وتتلخص عيوبها فى أنها لا تمثل المجتمع المأخوذة منه تمثيلا صحيحا أو علميا، ولذلك فإن نتائجها **لا تصلح للتعميم على المجتمع كله بالثقة المناسبة ، ومن أمثلة العينات غير الاحتمالية ما يلى:**

١/١/٢/٧ العينات العارضة: يتجه الباحث فى هذا النوع من العينات إلى اختيار الحالات التى تصادفه، وأمثلة ذلك أن يسأل الباحث المائة شخص الذين

يقابلهم قبل غيرهم فى الطريق، أو كما يحدث فى معظم التحقيقات الإعلامية حينما يسأل الإعلامى أول من يصادفه فى الشارع، وفى الاستطلاعات الفورية للرأى العام حيث يتم اختيار المفردات من المراكز التجارية والشوارع.. إلخ ، دون التقيد بمحددات علمية لتوصيف العينة.

٢/١/٢/٧ العينات العمدية: يختار الباحث فى هذا النوع من العينات حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع فى الجانب الذى يتناوله البحث، فقد يختار الباحث منطقة يجرى فيها بحثه معتقدا أن سكانها يمثلون الذين يستمعون إلى الراديو أو الذين يشاهدون التليفزيون أو السينما أو المسرح..إلخ.

فلقد وجد القائمون باستطلاعات وبحوث الرأى العام أن بعض المناطق تعطى نتائج قريبة جدا لنتائج المجتمع الأصلى، مما يدفعهم إلى الاعتماد على هذه المناطق ما داموا يعلمون بخبرتهم السابقة أنها تعطى صورة صحيحة للمجتمع كله ، ولذلك تختار فى البحوث التنبؤية ـ أحيانا ـ المناطق التى كانت نتائجها فى الانتخابات السابقة تقارب النتائج العامة لتلك الانتخابات فى المجتمع كله.

وتوفر هذه الطريقة على الباحث الكثير من الوقت والجهد الذى يبذله فى اختيار العينة، إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الإحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلى خاصة بالنسبة للوحدات التى يرغب الباحث فى اختيارها ، وهو أمر قد لا يتيسر فى كل الأحوال، كما أن تعرض الخصائص للتغير المستمر يجعل معرفة الباحثين بالخصائص المجتمعية والإحصائية والاتصالية لمجتمعاتهم البحثية لفترات طويلة أمرا مشكوكا فيه، مما يهدم الأساس الذى تنهض عليه العينات العمدية.

٣/١/٢/٧ العينة الحصصية: يكثر استخدام العينة بطريقة الحصة فى البحوث بصفة عامة، وفى استطلاعات الرأى العام بصفة خاصة لما تتميز به من سرعة، حيث يقسم الباحث المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها فى المجتمع، ويترك للباحث الميدانى حرية

اختيار مفردات الحصة بشرط أن يلتزم بالحدود العددية والنوعية للعينة ، مما يخشى معه عدم تمثيل العينة للمجتمع الأصلى تمثيلا صحيحا ، إذ إن عدم تقيد الباحث بنسب عددية للضوابط التى اختيرت على أساسها العينة مجتمعة قد يترتب عليه اختيار عينة الإناث من بين الشابات فقط أو من بين المسنات فحسب أو من طبقة اجتماعية معينة دون أن يكون ذلك متمشيا مع النسب الحقيقية فى المجتمع الأصلى.

ويرى المتخصصون فى بحوث الرأى العام أن هذا النمط من العينات مهم جدا فى الاستطلاعات الفورية للرأى العام نظرا للسرعة التى تتم بها ، وقلة تكاليفها بالمقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى، ولو أن ذلك لا يمنع من اتسامها بالتحيز الذى لا يشكك فقط فى دقة البيانات المتوافرة عنها ، وإنما يصَعَّب كثيرا من مهمة التعامل معها إحصائيا فيما بعد.

ونكرر أنه قد تبدو العينة المختارة بطريقة الحصة مماثلة للعينة الطبقية ـ كما سنشرحها فيما بعد ـ **ولكن يجب ألا ننسى أن اختيار المفردات فى العينة الطبقية لا يترك للباحث الذى يقوم بالمقابلة بل يتم عشوائيا ، أما فى العينة الحصصية فإنه يترك للباحث حرية اختيار الحالات فى حدود ضوابط معينة مما يدفعه إلى التحيز،** فقد يختار ضمن فئة العمر التى تبدأ من ٢٠ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة مثلا هؤلاء الذين فى الأعمار الأكبر (٢٩ أو ٣٠ سنة) وبذلك لا يمثل كل أفراد هذه الفئة العمرية.

وتوجد عدة **محاولات للربط بين المعاينة العشوائية والحصصية**، ومنها: استعمال تصميمات تحدد كل باحث ميدانى لمنطقة محددة وتعليمات تتضمن مثلا زيارة كل ثانى منزل ومقابلة ساكنيه جميعا أو أحدهم إلى أن يستوفى الباحث حصته مما يقيد حرية الباحث فى اختيار الحالات مما أطلق عليه العينة الاحتمالية ذات الحصص(*).

(*) استخدمنا أساليب جديدة تحد من تحيز الباحث فى استطلاعات الرأى العام التى أجريناها فى مجال قياس الرأى العام فى سلطنة عمان منها: تسليم الباحث كشوفاً بأسماء المبحوثين الذين وقع عليهم الاختيار بأسلوب منتظم من واقع كشوف عشوائية مثل كشوف أسماء الطلاب أو الموظفين.. إلخ .

ويوجد أسلوبان للضوابط التى تختار بها العينة الحصصية هما: أسلوب الضوابط المستقلة وأسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا على النحو التالى:

٧/٢/١/٣/١ أسلوب الضوابط المستقلة:

يعتمد الباحث فى أسلوب الضوابط المستقلة على الإجمالى فقط، وتستقل الضوابط تماماً بحيث يكون كل ضابط بمعزل عن الآخر كما يلى:

النوع	ك
ذكور	٢٦
إناث	٢٤
المجموع	٥٠

فئات السن	ك
١٦-	١٠
٢٠-	٨
٣٠-	١٢
٤٠-	١١
٥٠ فأكثر	٠٩
المجموع	٥٠

المستويات التعليمية	ك
أميـون	٢٠
يقرأون ويكتبون	١٠
مؤهل أقل من المتوسط	٠٥
مؤهل متوسط	٠٦
مؤهل أعلى من المتوسط وأقل من الجامعي	٦
مؤهل عال فأكثر	٣
المجموع	٥٠

ويتضح من العرض السابق عدم وجود ارتباط بين الضابط والآخر، وهذا الأسلوب أسهل للباحث وأقل تكلفة، ولكنه أقل من الأسلوب الثانى (أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا) فى درجة التمثيل، فالباحثون قد يختارون كل النساء أو أغلبهن فى أعمار أقل، وكل الرجال أو أغلبهم فى أعمار أكبر (مع أنهم يوجهون لتفادى الوقوع فى مثل هذا الخطأ ، لكن ضمان تلك الخطة غير مؤكد عند التطبيق).

٢/٣/١/٢/٧ أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا: يعتبر هذا الأسلوب عكس الأسلوب السابق حيث يربط الضوابط كلا بالآخر كما يتضح من العرض التالى:

السن/ النوع	أميون		يقرأون ويكتبون		مؤهل أقل من المتوسط		مؤهل متوسط		مؤهل أعلى من المتوسط وأقل من الجامعى		مؤهل عال فأكثر		المجموع		الإجمالى
	المستوى التعليمى														
	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	ذ	إ	الإجمالى
١٦-	٣	٢	٢	١	١	١	–	–	–	–	–	–	٦	٤	١٠
٢٠-	١	٢	١	١	–	٢	–	٢	–	–	–	–	٢	٦	٨
٣٠-	٣	١	١	١	١	–	–	١	١	١	١	١	٧	٥	١٢
٤٠-	١	١	١	١	١	–	١	١	٢	١	١	–	٧	٤	١١
٥٠ فأكثر	٣	٣	–	١	–	–	١	–	–	١	–	–	٤	٥	٩
المجموع	١١	٩	٥	٥	٣	٣	٢	٤	٣	٣	٢	١	٢٦	٢٤	٥٠
الإجمالى	٢٠		١٠		٦		٦		٦		٣		٥٠		

ويسلم عادة لباحثى الميدان ما يسمى «**بجدول العمل**» ويماثل فى شكله العام الجدول السابق حتى يسترشد به كل باحث فى اختيار الحالات التى تتوفر فيها هذه المواصفات تماما، ويؤشر الباحث بعد كل حالة يتم بحثها باستنزالها من العدد المبين فى الخانة المطابقة لمواصفاتها إلى أن ينتهى من كل حالات حصته.

٧/٢/٢ العينات الاحتمالية (العشوائية):

إن العينات الاحتمالية هى العينات التى يتم اختيار جميع مفرداتها من بين وحدات المعاينة التى يتكون منها المجتمع بأسلوب احتمالى يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقى الوحدات، ولذلك نستطيع تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع، ومن ثم فهى ضرورة عندما يكون الغرض من البحث هو الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة كله بدرجات من الثقة، ويتسنى قياس الأخطاء الناتجة عن عملية المعاينة والتحكم فى هذه الأخطاء بأساليب يوضحها علم الإحصاء.

وحينما يتحدث الإحصائيون عن العينات فإنهم يعنون دائما العينات الاحتمالية، حيث تمكنهم نظريات الإحصاء الرياضى والعينات من تقدير خطأ المعاينة وتحديد حجمها وكذلك الاستنتاج الإحصائى وتعميم نتائجها على المجتمع ككل.

وتأسيسًا على ما سبق فإن العينات العشوائية هى العينات التى تختار وحداتها بإحدى وسائل الاختيار العشوائى ، **وفيما يلى أهم أنواع العينات العشوائية:**

٧/٢/٢/١ العينة العشوائية البسيطة: إن العينة العشوائية البسيطة هى العينة التى تُختار بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة فى الاختيار أو الظهور، وهذا النوع من العينات لا يتيح فقط لكل فرد فى المجتمع فرصة متساوية للظهور فى العينة، بل يتيح أيضا لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة.

وتوجد عدة طرق لاختيار العينات العشوائية البسيطة نكتفى بدراسة أكثرها استخداما فى بحوث الرأى العام والإعلام على النحو التالى:

٧/٢/٢/١/١ الاقتراع المباشر: وذلك بأن يُعطى كل فرد من أفراد المجتمع رقما على ورقة منفصلة، ثم تطوى هذه الأوراق وتخلط جيدا ، ويختار منها بالقرعة العدد المناسب، فإذا أردنا اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من ١٠٠ فرد من

مجتمع مكون من ٩٠٠ فرد، نعطى كل فرد فى المجتمع رقما مسلسلا نضعه على بطاقة، بحيث يكون لدينا بطاقات جميعها متماثلة تماما من حيث الحجم واللون ولا تتميز بطاقة عن الأخرى، ثم تخلط هذه البطاقات جيدا ونبدأ بسحب واحدة تلو الأخرى، ونقوم فى كل مرة بإعادة البطاقة التى سحبت إلى بقية البطاقات، بعد تسجيل رقمها المسلسل المثبت عليها وخلطها بباقى البطاقات قبل سحب البطاقة التالية، ونستبعد الأرقام المكررة على أساس أنه لا يجوز اختيار فرد أكثر من مرة واحدة وتسمى هذه الطريقة **بالسحب مع الإعادة** تمييزاً لها عن طريقة السحب مع عدم الإعادة حيث لا تعاد كل وحدة تختار فى العينة إلى الإطار قبل سحب الوحدة التالية.

٢/١/٢/٢/٧ الجداول العشوائية: وضع علماء الإحصاء الجداول العشوائية التى يتلخص أسلوب استعمالها فى ترقيم أفراد المجتمع بأرقام مسلسلة، ويُختار منهم أصحاب الأرقام التى تستخرج من الجداول بأية طريقة منظمة بالحجم المطلوب للعينة.

فمثلا إذا أردنا سحب عينة من ٤٠٠ شخص مثلا، وكانت القائمة التى لدينا للأشخاص تحوى ٨٠٠٠ شخص لكل منهم رقم أو يمكن أن يكون لكل منهم رقم مسلسل، فمعنى ذلك أننا يجب أن نحصل على ٤٠٠ رقم من الجداول العشوائية، كل منها، يتكون من أربعة أرقام بحيث لا يتجاوز أى رقم من الأرقام المختارة رقم ٨٠٠٠ إذ لا يوجد لدينا فى القائمة الأصلية أى رقم أكثر من ٨٠٠٠, ويراعى عدم استخدام نفس الصفحة من الأرقام العشوائية فى إجراء معاينات متتابعة لنفس المجتمع(*).

(*) من المراجع التى أوردت نماذج لهذه الجداول ما يلى :
- فؤاد البهى السيد. *الجداول الإحصائية لعلم النفس والعلوم الإنسانية الأخرى*. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٧٨).
- عاطف عدلى العبد. *تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأى العام والإعلام*. (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٢).

٣/١/٢/٢/٧ الحاسب الآلى : يستخدم الحاسب الآلى فى سحب العينات العشوائية البسيطة، وخاصة حينما يكون حجم المجتمع كبيرا (مثل سحب شهادات الاستثمار مجموعة ج).

مزايا وعيوب العينة العشوائية البسيطة :

تتميز العينة العشوائية البسيطة بسهولة الاختيار ، وتتمثل أهم عيوبها فيما يلى:

* لا تضمن العينة العشوائية البسيطة تمثيل كل مجموعة من مجموعات المجتمع أو طبقاته ، خاصة إذا كان هذا المجتمع يتسم بعدم التجانس من حيث الظاهرة موضع الدراسة، فإذا كان لدينا مجتمع من الذكور والإناث (١٠٠٠ مفردة)، ويشكل الذكور ٤٠٪ والإناث ٦٠٪ كما فى مجتمع كلية ما أو العكس كما فى كلية أخرى مختلفة التكوين حيث يشكل الذكور حوالى ٨٥٪ والإناث ١٥٪ واختيرت عينة عشوائية بسيطة لدراسة العلاقة بين النوع ومشاهدة التليفزيون أو التردد على المسرح، فقد لا يتم تمثيل الجنسين فى العينة بنفس النسبة فى المجتمع، الأمر الذى يؤدى إلى التحيز لنوع على حساب النوع الآخر.
* صعوبة اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع كبير.
* يؤدى انتشار مفردات المجتمع انتشارا واسعا كما فى المناطق الصحراوية ووقوع بعض المفردات فى أماكن نائية واحتمال اختيار بعض هذه المفردات فى العينة العشوائية البسيطة يؤدى إلى زيادة تكاليف البحث.

٢/٢/٢/٧ العينة العشوائية المنتظمة: يرى علماء الإحصاء ـ وهم أصحاب الفضل الأول فى تطوير نظريات العينات ـ أن العينة العشوائية المنتظمة تمتاز بسهولة اختيار مفرداتها وقلة تكاليفها، خصوصا فى المجتمعات الكبيرة، حيث يتم تقسيم المجتمع الأصلى إلى مجموعات متساوية فى العدد أو الفئات مع مراعاة أن

اختيار وحدات العينة يتم عشوائيا من بين وحدات المجموعة الأولى ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم.

فإذا أردنا إجراء دراسة على مجتمع قسم الإذاعة بكلية الإعلام أو شعبة الدراما أو شعبة التمثيل أو شعبة الديكور بمعهد الفنون المسرحية ، وكان المجتمع يتكون من ١٠٠٠ مفردة (ألف مفردة) وكان حجم العينة التى ستختار هو ن = ١٠٠ مفردة فإن المجتمع ينقسم إلى ١٠٠٠ ÷ ١٠٠ = ١٠ مجموعات متتالية كل منها ١٠ وحدات، وإذا اختيرت المفردة الأولى عشوائيا من وحدات المجموعة الأولى، وكانت هذه المفردة رقم ٩ مثلا، فإن المفردات التالية التى تضم إلى العينة هى المفردات التى يكون ترتيبها ٩ + ١٠ = ١٩، ١٩ + ١٠ = ٢٩، ٢٩ + ١٠ = ٣٩ أى مفردات العينة ستكون ٩، ١٩، ٢٩، ٣٩، ٤٩، ٥٩، ٦٩، ٧٩، ٨٩، ... ٩٩ وهكذا.

١/٢/٢/٢/٧ مزايا العينة العشوائية المنتظمة: تتميز العينة العشوائية المنتظمة بأنها ـ كما سبق القول ـ أسهل فى اختيار مفرداتها مقارنة بطريقة العينة العشوائية البسيطة إذ تتحدد جميع مفردات العينة بمجرد تحديد ف (طول الفئة) واختيار المفردة الأولى من بين مفردات المجموعة الأولى عشوائيا.

٢/٢/٢/٢/٧ عيوب العينة العشوائية المنتظمة :

* لا تصلح فى الاختيار إذا كان أفراد المجتمع مرتبين فى قوائم بنظام خاص يزيد من فرص ظهور أفراد بذاتهم يختلفون عن غيرهم فى سمة من السمات المتصلة بموضوع البحث مثل سمة التفوق الدراسى على سبيل المثال، بحيث يرتب أفراد المجتمع فى قوائم حسب درجات الامتحان، لذلك لا يفضل اتباع طريقة العينة المنتظمة إذا كان الإطار يعكس اتجاهات محددة للظاهرة موضوع الدراسة.
* كما يؤخذ على هذه العينة أن التحيز كثيرا ما يدخل فيها مما يبعدها عن

أن تكون عينة عشوائـية حقيقية، فلو افترضـنا مثلا أنه طلب من القائمين بـالبحث الميدانـى أن يزوروا المساكن أرقـام ٩، ١٩، ..٢٩ إلخ. فى أحيا ء أو سكك أو بلوكات معينة، فهناك احتمال أن يترك بعض الباحثين الشقق التـى تقع فى البدروم أو مـلحقات الخدم أو الغرف أو العـشش الـتى تقع فوق أسطح المنـازل، وبالتالى فإن هذه العينـة ستكون متحيزة لأنها ستضم عددا أقل من ذوى الدخول المنخفضة.

٣/٢/٢/٢/٧ أوجه الاختلاف بـين العـينـة العـشـوائـية البـسـيطـة والعـينـة العشوائية المنتظمة:

* يتم اختيار جمـيع مفردات العينة العـشوائية البسـيطة عشوائـيا، بينما فى العينـة المنتظمـة يتم اختيار المفردة الأولى فقـط بطريقـة عشوائـية ؛ حيث يتحدد بعـد اختـيار البـاحث للمفردة الأولـى فـى العـينـة اختـياره لبقـية المفـردات عكس العينـة العشوائـية البسيطة التى يكون اختيار كل مفردة من مفرداتها مستقلا عن اختيار المفردات الأخرى.

* قـد يختار الباحث فى العينة العشوائية رقمين متتاليين (٨، ٩) ولكن هذا لا يحدث مطلقا فى العينة المنتظمة.

٣/٢/٢/٧ العينـة الطبقـية العشـوائية: تـوجد عـدة شروط لابـد من توافـرها لاستخدام العينة الطبقية العشوائية منها:

* إمكانـية تقسيم الإطار الكلى للمجتمـع إلى إطارات فرعية، كل إطار يمثل مجموعـة (طبقة) مـتجانسـة، وتـختلف كل مجمـوعـة (طبقـة) عن الأخرى من حيث الظاهرة التى يراد دراستها.

* معرفة حجم كـل مجموعة (أو طبقـة) معرفة جـيدة إذ إن حجمها يدخل فى تقـدير حجم العـينة الـتى تـسحب من كل طبقة، كـما أن الـتقديرات الـتى ستـسحـب من كل مجموعـة أو طبقة سـترجح بنسبـة تلك الطبقـة إلى حجم المجتمع للوصول إلى تقدير شامل للظاهرة فى المجتمع ككل.

١/٣/٢/٢/٧ ميزات العينة الطبقية العشوائية:

* تمتاز **العينة الطبقية** على العينتين: العشوائية البسيطة والعشوائية المنتظمة بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلى بحيث يضمن الباحث ظهور وحدات من أى جزء من المجتمع تهمه دراسته.

* تساعد العينة الطبقية على **تقليل التباين** الكلى للعينة ، وذلك بتقسيم وحدات العينة بطريقة تجعل التباين داخل الطبقة أقل ما يمكن.

* يمكن الحصول على درجة عالية من الدقة فى النتائج باختيار عينة طبقية أصغر حجما من العينة العشوائية البسيطة، مما يعنى وفرا فى الوقت والتكاليف مع الأخذ فى الاعتبار أن دقة البيانات التى نحصل عليها من أية عينة تتوقف على حجمها وتجانس المجتمع.

٢/٣/٢/٢/٧ مستويات اختيار العينات الطبقية العشوائية: توجد ثلاثة مستويات لاختيار العينات الطبقية هى: التوزيع المتساوى والتوزيع المتناسب والتوزيع الأمثل على النحو التالى:

(أ) التوزيع المتساوى: يعتبر التوزيع المتساوى هو أدنى مستويات الدقة فى الاختيار، وفيه نقسم عدد مفردات العينة الكلية على طبقات المجتمع بالتساوى حتى لو اختلف عدد أفراد كل طبقة عن عدد الطبقة الأخرى فى هذا المجتمع، فعلى الرغم من أن عدد الإناث فى كليات وأقسام الإعلام يفوق عدد الذكور فإنه يمكن اختيار العينة الطبقية بأسلوب التوزيع المتساوى: ٥٠٪ للإناث و٥٠٪ للذكور.

(ب) التوزيع المتناسب: يمكن توضيح نموذج لاستخدام أسلوب التوزيع المتناسب كما يلى:

إذا كان المجتمع الذى يجرى عليه البحث مكونا من ١٠٠٠ حالة موزعة على الطبقة الأولى ٥٠٠ والطبقة الثانية ٣٠٠ والطبقة الثالثة ٢٠٠ ، وكان حجم العينة مثلا مائة حالة فإننا نوزعها بأسلوب التوزيع المتناسب على الطبقات الثلاث ـ على

التوالى : ٥٠ حالـة من الطبقة الأولى، و٣٠ حـالة من الطبقة الثـانية ، و٢٠ حالة من الطبقة الثالثة.

(جـ) التـوزيع الأمثل: يكون أسـاس الاختـيار فـى أسلـوب التـوزيع الأمثل اعتبـارين همـا: حجم الـطبقـة فـى المجتـمع كمـا فـى المسـتـوى السـابق، ومـسـتـوى التجـانس ، حيث ينبغـى أن نزيد من عدد أفـراد الطبقة التـى توجد اختـلافات كبيرة بـين مفرداتهـا ، ويعتمد هذا على الانحـراف المعيارى كمقـياس لعدم التجـانس، فإذا كان لدينا مجتمع مكون من ثلاث طبقات على النحو التالى:

الطبقة الأولى حجمها ٥٠٠ حالة وانحرافها المعيارى ١,

الطبقة الثانية حجمها ٣٠٠ حالة وانحرافها المعيارى ٢,

الطبقة الثالثة حجمها ٢٠٠ حالة وانحرافها المعيارى ٣,

يكون اختيار عينة حجمها ١٠٠ فرد كالآتى:

عدد حالات الطبقة الأولى = $$١٠٠ \times \frac{١ \times ٥٠٠}{(٣\times٢٠٠) + (٢\times٣٠٠) + (١\times٥٠٠)} = ٣٠$$

عدد حالات الطبقة الثانية = $$١٠٠ \times \frac{٢ \times ٣٠٠}{(٣\times٢٠٠) + (٢\times٣٠٠) + (١\times٥٠٠)} = ٣٥$$

عدد حالات الطبقة الثالثة = $$١٠٠ \times \frac{٢\times ٢٠٠}{(٣\times٢٠٠) + (٢\times٣٠٠) + (١\times٥٠٠)} = ٣٥$$

٤/٢/٢/٧ العينة الثابتة أو الدائمة: تبدأ العينة الثابتة بالاختيار العشوائى من المجتمع، ثم تجمع بيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة.

وبصفة عامة ، تفيد هذه العينة فى **دراسة التباين والتغير فى الاتجاهات** أو السلوك، وفى دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة، وفى تطبيق ذلك قد نختار عينة ونسألها دوريا عن آرائها فى بعض البرامج أو الحملات الإعلامية أو المسرحيات أو الأفلام أو القرارات والسياسات الاقتصادية أوالاجتماعية.

ومن أشهر تطبيقات هذا الأسلوب من المعاينة ما **تتبعه هيئة الإذاعة البريطانية** فى الحصول على آراء عينات من مستمعيها ومشاهديها، ولديها عينتان للرجوع إليهما: الأولى قوامها ٢٠٠٠ عضو يمثلون مجتمع المشاهدين، والثانية قوامها ٤٠٠٠ حالة يمثلون مجتمع المستمعين.

وتحرص **هيئة الإذاعة البريطانية** فى اختيارهم على أن يكونوا ممثلين للمجتمع والخدمات الإذاعية والتليفزيونية ، ويستمر الرجوع إلى عينة المستمعين لاستطلاع آرائهم لمدة ١٥ شهرا ، بينما تنخفض هذه المدة إلى ستة شهور بالنسبة لعينة المشاهدين، والمتبع أن يرسل إلى كل عضو أسبوعيا مجموعة من الاستبيانات عن عدد من البرامج ليقوم العضو باستيفاء بياناتها، **ويجد العضو عادة مع كل سؤال بدائل للإجابة ليختار منها ما يتوافق مع رأيه مما ييسر له إبداء الرأى**، وفى نفس الوقت يساعد ويعجل بعمليات التفريغ والتحليل كما يوجد فى نهاية معظم الأسئلة فراغات للتعقيب يستخدمها من يريد أن يسهب، ويسهل هذا النوع من العينات من متابعة الرأى العام بأقل التكاليف وأيسر السبل.

١/٤/٢/٢/٧ ميزات العينات الثابتة:

* **السرعة** فى إجراء البحوث، فالعينة جاهزة، وسبق للباحثين معرفة مفرداتها ولن يضيع وقتهم فى البحث عن العناوين مما يجعل لكل باحث خطة للعمل الميدانى لتطبيق الاستطلاعات أو الدراسات فى أقل وقت ممكن.

* **الحد من التكاليف** التى تدفع باستمرار لسحب عينة جديدة فى كل مرة يجرى فيها بحث، بالإضافة إلى توفير الوقت اللازم لاستخدام مفرداتها.

* تحقيق الثقة بين الباحثين وأفراد العينة وتدريبهم على عملية التعبير الدقيق، وقد تنشأ علاقة بين الباحث والمبحوث ومن مهمة الباحث أن يجعلها حسنة.

* تكاد تكون هذه العينة الوحيدة ذات الكفاءة التى تمكن من **دراسة التغيير فى عادات وأنماط التعامل مع وسائل الإعلام** والفنون بالنسبة للأحداث أو الموضوعات ذات الامتداد الزمنى كالسياسات الاقتصادية والاجتماعية.

* يمكن أن تقيس هذه العينة نتائج إدخال مؤثر ما لتعديل الرأى فيما يعرف بتصميم القياس القبلى البعدى بدون مجموعة ضابطة.

* تفيد هذه العينة فى تحديد الترتيب الزمنى للمتغيرات، وهو اعتبار مهم فى التحليلات السببية ما دام «السبب» بسبب «الأثر».

٧/٢/٢/٤/٢ عيوب العينات الثابتة:

* يتحول أفراد العينة الدائمة ـ بمرور الوقت وتدريجيا ـ إلى نقاد أكثر منهم مواطنين عاديين.

* قد يتمسك الفرد فى العينة الدائمة بما سبق أن أدلى به من آراء ، على الرغم من أنه يحتمل أن يكون قد أثرت على عاداته وآرائه الوسائل الإعلامية أو التجربة ذاتها أو الحملة الإعلامية كحملة الجفاف أو ترشيد استهلاك المياه أو المحافظة على البيئة أو تنظيم الأسرة أو القيد فى جداول الانتخاب..... إلخ.

٥/٢/٢/٧ العينة متعددة المراحل: يصعب اختيار عينة عشوائية بسيطة أو عينة عشوائية منتظمة أو أخرى طبقية لدراسة خصائص وتوزيع ظاهرة ما فى مجتمع كبير لعدة أسباب ؛ منها:

* عدم توافر حصر كامل لجميع المفردات واجبة الدراسة.
* ارتفاع التكاليف لمعاينة أفراد متفرقين متباعدين.
* صعوبة الإدارة والإشراف على بحث يضم مفردات متفرقة.

ولتوضيح أسلوب سحب العينة العشوائية المتعددة المراحل: نفترض أنه يلزمنا إجراء دراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من أطفال القاهرة فإنه يمكن فى هذه الحالة اختيار العينة على مرحلتين: يتم تركيز البحث فى **المرحلة الأولى** فى بعض الأحياء أو أقسام الشرطة بالقاهرة ونختارها اختيارا مناسبا (عشوائيا بسيطا أو طبقيا عشوائيا).

ونتجه فى **المرحلة الثانية** إلى القوائم المسجل بها أسماء سكان هذه الأحياء أو الأقسام المختارة ، وتختار العينة المطلوبة من هذه القوائم بطريقة من الطرق التى سبق شرحها.

٣/٧ تعريف بعض المصطلحات العلمية المستخدمة فى بحوث العينات عند قياس الرأى العام:

١/٣/٧ المجتمع:

إن المجتمع هو جميع الوحدات التى يرغب الباحث فى دراستها ، فقد يكون مجموعة من البشر إذا كان موضوع البحث: دراسة حجم الأسرة وعلاقته بمستوى الدخل مثلا ، وقد يكون سكان مدينة ما أو قرية ما ، ويكون المجتمع فى **تحليل المحتوى** هو جميع الأعداد التى صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التى يتم اختيارها خلال فترة الدراسة ، أو جميع البرامج الإذاعية أو التليفزيونية ، أو جميع الأفلام

أو المسرحيات التى أذيعت أو عرضت خلال فتـرة التحليل ، أو جميع مراسلى الرأى العام الـذين يتولون رصد الشـائعات فى كل المناطق أو المحـافظات أو مراكز الإعلام الداخلى.

٢/٣/٧ وحدات المعاينة:

إن وحدات المعاينـة هى الـوحدات التـى يقسم المجتـمع على أساسها بغـرض اختيار العينة، وعنـد اختيار العينـة تعتبر كل وحـدة من تلك الوحـدات وكأنها مفـردة قابلة للتقسيم. وقد يتم تقسيم المجتمع إلى وحدات معاينة على **أسس طبيعية** كالأسرة أو الوحـدة السكنيـة أو وحدة الإنتـاج، وقد يتم التقـسيـم **على أسـس فرضية** بـاستخدام مساحات محددة على الخرائط مثلا.

ووحدة المعاينة تختلف عن الفرد أو المفردة، فقد تكون وحدة المعاينـة مجموعة من الأفراد والأسر وقد تكون مجموعة من المساحات المزروعة مثلا.

كما قد يختلف حجم وحدة المعاينـة من طريقة للمعاينة إلـى طريقة أخرى، ففى العينات متعددة المراحل مثلا يتم عادة اختيار وحدات معاينة أكبر حجما فى المرحلة الأولى ثم يصغر حجم وحدة المعاينة تدريجيا عند المراحل التالية:

وبالنسبة **لتحليل المحتوى** فـإن وحدات المعاينة هى جميع الوحدات التى يتكون منها مجتمع البحث فكل عدد من كل صحيفة تم اختيارها ، وكل كتاب أو وثيقة أو شـائعـة أو مـطبـوع أو بـرنـامج أو فـيلـم أو مسـرحـية أو مـسلـسل أو إعلان خاضع للتحليل هو وحدة معاينة.

٣/٣/٧ الإطار:

هو قـائمـة أو خريطـة أو أى وسيلـة أخرى تحتوى على جمـيع وحدات المعـاينة للمجتمع موضع الدراسة.

- ولا يصلح **دليـل التليفون** كـإطار لاختيـار عـينة استطلاعـات وبحوث الرأى

العـام إذ إن هنـاك الكثـير من الأفـراد لـيس لـديهم تليفـونـات، ولكـنهم يستمعون إلى الراديو ويشاهدون التليفزيون ويترددون على المسرح.

- كما لا تصلح جداول القيـد فى الانـتخابـات كإطارات لأنها لا تـشمل من تقل أعمارهم عن ١٨ سنة، بينما قد تستهدف التعرف على عادات وأنماط تعـامل الأطفال مع بـرامج الأطفال، أو مـدى ترددهم على مسرح العرائس كما أن الحد المتعارف عليه لبحوث المستمعين والمشاهدين ١٥ سنة فأكثر.
- كذلك لا تصلح سجلات الحيازة الزراعية لإجراء دراسة عـلى الريفيين حيث لا يمتلك كل الريفيين الأراضى التى تتيح لهم الانضمام لهذه السجلات .
- وكذلـك لا تصلح دفـاتـر المـرور المقـيد فـيهـا أرقـام السـيارات، كـإطـارات لبحوث الرأى العام والإعلام فليس كل الناس يمتلكون سيارات.. وهكذا.

ويختلف الإطار من عـينة إلـى أخرى حسب طـريقة المعاينـة، ففـى العـينات متعددة المراحل يوجد إطار لكل مرحلة من مراحل الاختيار.

ومـن المهم دراسة الإطار قـبل اختيار العينـة إذ إن تأثيره واضح على مدى دقة الـتقديرات حيث يؤدى اسـتخدام إطار غـير شامل لجمـيع وحدات المعاينـة إلى إغفال اختـيار بعض الوحدات وعدم تحقـيق الأسس العشوائية السلـيمة فى الاختيـار ، وهذا مـا يحدث عـادة ـ بالإضافة للنماذج السـابقة ـ عند استخدام خرائط أو إحصائيات أو قوائم غير حديثة.

ويكـون الإطـار فـى بحوث تحلـيل المحتـوى هـو جمـيع وحدات المعـاينـة التـى يعتبرهـا البـاحث فـى متنـاول يده، أى الوحدات المتاحة التى يمـكن حصرهـا وتطبيق الدراسـة عليهـا ؛ نظرا لصعوبة الوصول إلى جميع وحدات المجتمع فى بعض الحالات لفقـد بعض أعـداد الصحف أو عـدم وجود تـسجيلات مـتاحة من بعض الـبرامج أو الأحاديث أو المسلسلات الإذاعية والتلـيفزيونية أو الأفلام السـينمائية أو المسرحيات مما يؤدى إلى اختلاف الإطار ـ فى مثل هذه الحالات ـ مع المجتمع.

١/٣/٣/٧ شروط الإطار الجيد لعينات استطلاعات وبحوث الرأى العام:
وتوجد عدة شروط يجب توافرها فى إطار العينة الجيد لاستطلاعات وبحوث الرأى العام منها: الكفاية، الكمال، والدقة؛ على النحو التالى:

١/١/٣/٣/٧ الكفاية: يعنى شرط الكفاية أن يتضمن إطار العينة **كافة الفئات** التى تخدم أهداف البحث، فليس من المقبول فى دراسة اتجاهات الصحف إزاء فئة أو قضية معينة الاكتفاء بالصحف العامة دون الصحف الإقليمية أو صحف الحزب الحاكم دون الصحف المعارضة أو دراسة الاهتمام بالمرأة أو المسرح فى الصحف النسائية أو المجلات الفنية دون الصفحات والأبواب المتخصصة فى الصحف والمجلات العامة حول المرأة أو المسرح، أو الشائعات فى عدة محافظات دون باقى المحافظات.

٢/١/٣/٣/٧ الكمال: إن القاعدة الأساسية فى الإطار هى الحصول على **كل المفردات**، حيث لا يمكن الاكتفاء بالقوائم المنقوصة من الصحف أو البرامج نتيجة التقادم التاريخى لهذه القوائم أو سقوط بعض المصادر منها أو استبعاد بعض الشائعات لوصولها غير واضحة عبر الفاكس ؛ لأن ذلك يؤدى إلى التحيز غير المقصود فى اختيار العينة.

٣/١/٣/٣/٧ الدقة: إن التنظيم والدقة فى عرض المصادر وتصنيفها طبقا للمعايير المختلفة يوفران على الباحث الوقت فى اختيار العينة.

٤/٣/٧ أخطاء العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:
تنقسم أخطاء العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام إلى نوعين هما: أخطاء التحيز وأخطاء المعاينة ، على النحو الآتى:

١/٤/٣/٧ أخطاء المعاينة: تتمثل أهم الأسباب التى تؤدى إلى أخطاء المعاينة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام فيما يلى:

(أ) صغر حجم العينة: فكلما كبرت العينة صغرت ـ بالتالى ـ أخطاء المعاينة

وتأكدت الثقة أكثر فى النتائج ما دام الباحث يتبع الخطوات العلمية فى التصميم والتنفيذ ؛ إلا أن ذلك أيضا يزيد من نفقات البحث، وعلى مصمم البحث أن يراعى ذلك.

(ب) **عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة:** فإذا أردنا إجراء بحث على ٢٠٠٠ حالة، وكان تقديرنا أن ٢٠٪ من الحالات لن تستجيب فإنه من المناسب أن نزيد حجم العينة إلى ٢٥٠٠ حالة.

(جـ) عدم مراعاة تباين المجتمع وطريقة الاختيار وأسلوب حساب النتائج مما توضحه تفصيلا نظريات علم الإحصاء(*).

٢/٤/٣/٧ أخطاء التحيز: تتمثل أهم الأسباب التى تؤدى إلى أخطاء التحيز فى: عدم صلاحية إطار العينة، تحيز الباحث نفسه فى اختيار الحالات التى تروقه، فشله فى الحصول على نسبة ملحوظة من الإجابات، وعدم استخدامه الطرق الصحيحة فى حساب التقديرات.

(*) للاستزادة انظر المرجع الآتى :

- عاطف عدلى العبد. *الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى استطلاعات وبحوث الرأى العام والإعلام*. تأليف: عاطف العبد، زكى عزمى. ط٢ (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٢).

ملخص الوحدة

تناولت الوحدة مقارنـة بين بحوث الحصر الشامل وبحوث العينات ، وميزات البحث عن طريق العينة بالحصر الشامل فى بحوث الرأى العام.

كما تناولت هذه الوحدة العينات كأحد عوامل نجاح استطلاعات وبحوث الرأى العام بالتعريف بها وميزاتها مقارنة ببحوث الحصر الشامل.

التعريف بالعينات الاحتماليـة (العشوائية) وغير الاحتمالية (غير العشوائية) التى تستخدم فى استطلاعات وبحوث الرأى العـام من حيث: أنـواعها وأسـاليب تكوينهـا وميـزاتها وعـيوبهـا ، حيث تم التعـرض لأهم أنـواع العينـات الاحتـماليـة: العينة العشوائية البسيطة، العينة العشوائية المنتظمة، العينة العشـوائية الطبقية، العينة العشوائية متعددة المراحل، والعينة الثابتة.

التعـريف بـالعينـات غيـر الاحتمـاليـة (غيـر العشـوائيـة) ومنهـا العينـات: العارضـة، العمـدية، والحـصصيـة ، والعيـنات الاحتـماليـة (العشـوائية البسيـطة)، والمنتظمة ، الطبقية ، الثابتة ، ومتعددة المراحل.

وتضمنت الوحدة بعض المصطلحات العلمية المستخدمة فى بحوث العينات عند قياس الرأى العام ومنها: المجتمع، وحدات المعاينة، إطار العينة والشروط التى يجب توافرها فيه.

وأوضحت الوحدة أهم أخطاء العينات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام وأهم أخطاء التحيز التى يجب الالتفات إليها وتفاديها حتى يمكن تعميم النتائج على المجتمع.

أسئلة الوحدة

أولاً- أسئلة المقال:

س١: اشرح ميزات استطلاع الرأى العام بالعينة مقارنة بالحصر الشامل.

س٢: اذكر أهم أنواع العينـات الاحتماليـة (العشوائيـة) وميزات كل نـوع وخطوات سحبها.

س٣: ما هى أنواع العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية) وخطوات سحبها ؟

س٤: "يتوقف نجاح استطلاعات وبحوث الرأى العام على عدة عوامل فى مقدمتها حسن اختيار العينة". اشرح هذه العبارة موضحاً أهم أنواع العينات التى يمكن تعميم نتائجها.

س٥: ما هى أخطاء المعاينة والتحيز التى يجب تجنبها عند سحب عينة لاستطلاع الرأى العام؟

س٦: حاول اقتناء المجلة المصرية لبحوث الرأى العام التى تصدر عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام، واستخرج من أعدادها نماذج للعينات التى استخدمت فى الاستطلاعات والبحوث المنشورة بها ، موضحاً رأيك فى مدى مناسبة هذه العينات لتحقيق أهداف هذه الاستطلاعات والبحوث.

ثانياً- الأسئلة الموضوعية:

س٧: أكمل العبارات الآتية:

(أ) من العينـات الاحتماليـة (العشوائية): ....، ....، ....

(ب) تسحب العينة الحصصية بطريقتين هما: أسلوب الضوابط المستقلة، وأسلوب ....

(جـ) من العينات غير الاحتمالية التى تستخدم فى استطلاعات وبحوث الرأى العام: ....، ....، ....

(د) تسحب العينة الطبقية العشوائية بثلاثة أساليب هى: ....، ....، ....

(هـ) من أخطاء المعاينة: ....، ....

س٨: ضع العلامة المناسبة (✓) أو (×) أمام العبارات الآتية:

(أ) تعتبر العينة العارضة من العينات الاحتمالية (العشوائية) التى يمكن تعميم نتائجها على المجتمع. ( )

(ب) توجد عدة محاولات للربط بين المعاينة العشوائية والحصصية منها تسليم الباحث كشوفًا بأسماء المبحوثين. ( )

(جـ) تسحب عينة الحصص فى استطلاعات وبحوث الرأى العام بأسلوب الضوابط المرتبطة تبادلياً فقط. ( )

(د) تسحب العينة العشوائية البسيطة بطريقة واحدة فى الاقتراع المباشر. ( )

(هـ) يتم اختيار جميع مفردات العينة العشوائية المنتظمة عشوائياً. ( )

(و) يوجد مستوى واحد لاختيار العينة الطبقية هو التوزيع المتناسب. ( )

(ز) من عيوب العينة الثابتة صعوبة الوصول إلى مفرداتها. ( )

(حـ) يصلح دليل التليفون كإطار لاختيار عينة ممثلة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام بمصر. ( )

(ط) يعتبر صغر حجم العينة من أخطاء التحيز فى استطلاعات وبحوث الرأى العام. (   )

(ى) يعتبر عدم صلاحية إطار العينة من أخطاء المعاينة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام. (   )

نماذج الإجابة

جـ ٨: (أ) (×) (ب)(√) (جـ)(×) (د) (×) (هـ) (×)

(و)(×) (ز) (×) (حـ)(×) (ط) (×) (ى)(×)

مراجع الوحدة

المصدران الرئيسيان لهذا الفصل:

(أ) محاضرات وتجارب المؤلف فى مجال رصد الرأى العام العمانى بالعينة خلال السنوات العشر التى أمضاها مستشاراً للرأى العام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوزارة الإعلام العُمانية .

(ب) كتب المؤلف الآتية:

- عاطف عدلى العبد. ***الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام.*** **تأليف:** عاطف العبد، زكى عزمى(القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص ص١٣٧- , ١٥٨
- عاطف عدلى العبد. ***الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية.*** (القاهرة: مطبعة الهانى، ١٩٨٩).
- عاطف عدلى العبد. ***بحوث الإعلام والرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية والإجرائية*** – طبعة تجريبية (القاهرة: دار الهانى للطباعة، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. ***بحوث المستمعين والمشاهدين فى الوطن العربى.*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. ***التجربة البحثية المصرية فى مجال الإذاعة والتليفزيون*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٠).
- عاطف عدلى العبد. ***تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأى العام والإعلام*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٣).
- عاطف عدلى العبد. ***دراسات فى الإعلام العمانى.*** ٤ مجلدات (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٥).
- عاطف عدلى العبد. العينات واستخداماتها فى بحوث الإعلام والرأى العام فى: ***المجلة المصرية لبحوث الرأى العام*** . أكتوبر – ديسمبر , ٢٠٠٢

(ج) المراجـع:

- أحمد عبادة سرحان. ***العينات*** (القاهرة: د.ن، ١٩٨٠).
- جلال مصطفى الصياد، مصطفى جلال مصطفى. ***المعاينة الإحصائية*** (القاهرة: مكتبة عين شمس، د. ت.
- سمير محمد حسين. ***بحوث الإعلام.*** (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥).

- سمير محمد حسين. ***تحليل المضمون***. (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٣).
- عبد الرازق أمين أبو شعر. ***العينات وتطبيقاتها فى البحوث الاجتماعية***. (الرياض: معهد الإدارة العامة، ١٩٩٧).
- عبد العظيم الحسن محمد نصر. ***استخدام العنيات فى البحوث الميدانية***. (الرياض: معهد الإدارة، ١٩٨٢).
- عبد المعز عبد الرحمن. قياس الرأى العام بين العينات الاحتمالية وغير الاحتمالية. ***فى: ندوة قياس الرأى العام بمصر ١٠ - ١٢ مارس ١٩٨١***. ص ص٢٧٥- ,٢٩٦
- عبد المعز عبد الرحمن. "مذكرات فى مناهج البحث" ***غير منشور*** (القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٩٨٨).
- عبد المعز عبد الرحمن. مناهج وتقنيات البحوث الإذاعية والتليفزيونية. ***فى: مجلة البحوث***، العدد ١١، مايو ,١٩٨٤ ص ص٧٤- ,٩٢
- عبد المعز عبد الرحمن. المناهج والأدوات المستخدمة فى بحوث المستمعين والمشاهدين فى ضوء التجارب العملية فى المنطقة العربية. ***فى مجلة البحوث***. العدد ٧، ديسمبر ,١٩٨٢
- عبد المجيد حمزة الناصر، عصرية ردام المرزوك. ***العينات*** (بغداد: جامعة بغداد، ١٩٨٩).
- محمد عبد الحميد. ***تحليل المستوى فى بحوث الإعلام***. (جدة: دار الشروق، ١٩٨٣) ص ص٩٠- ,١٠٨
- محمد الوفائى. ***مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية***. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٩).
- نادية حسن سالم. ***مناهج البحث فى علوم الاتصال الجماهيرى بين النظرية والتطبيق*** (القاهرة: د.ن، ١٩٨٢).
- ناهد رمزى. الرأى العام وسيكولوچيا السياسة. ***مرجع سابق***. ص ص١٦٤- ,١٧٦
- ناهد صالح وآخرون. قياس الرأى العام فى المنهج والأخلاقيات. ***مرجع سابق***. ص ص٧٣- ,١٧٢

(د) المراجع الأجنبية:

- Cochran, W. ***Sampling Techniques*** . (N.Y.: Rinehart and Winston, 1976).
- Fisher, A. et al. ***Handbook for Family Planning Operations Research*** . (U.S.A.: The Population Council, 1983).

- Hilway, T. ***Introduction to Research*** (Boston: Hougton Mifflin Co., 1969).
- Katz, (ed): ***Public Opinion and Propaganda*** . (N.Y.: Holt Kinber, 1965).
- Mills, F. ***Introduction to Statistics*** (N.Y.: Herry Hott and Company, 1965).
- Sonim, M. ***Sampling*** (N. Y.: Simon and Schus, 1960).

الوحدة الثامنة
الملاحظة واستخداماتها فى رصد الشائعات
وجمع بيانات بحوث الرأى العام

الأهداف :

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١. يذكر شروط الملاحظة الجيدة كأداة علمية لجمع المعلومات فى استطلاع وبحوث الرأى العام .

٢. يذكر مزايا وعيوب الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٣. يقارن بين الأنماط المختلفة للملاحظة وأساليبها واستطلاعات وبحوث الرأى العام .

٤. يعطى ثلاثة أمثلة لنماذج من استخدامات الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٥. يذكر المجالات والبحوث التى يمكن أن تعتمد عليها الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى بحوث الاتصال والرأى العام .

٦. يذكر العوامل التى تزيد من فعالية استخدام الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٧. يصمم صحيفة لرصد الشائعات والشعارات والنكت من خلال اطلاعه على المجلة المصرية لبحوث الرأى العام .

العناصر:

١/٨ الملاحظة العلمية كأداة لجمع المعلومات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

١/١/٨ إيجابيات الملاحظة فى جمع بيانات استطلاعات وبحوث الرأى العام.

٢/١/٨ عيوب الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٣/١/٨ شروط الملاحظة الجيدة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٤/١/٨ أنماط الملاحظة وأساليبها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام :

١/٤/١/٨ الملاحظة البسيطة .

١/١/٤/١/٨ أساليب الملاحظة .

٢/٤/١/٨ الملاحظة المقننة .

٥/١/٨ استخدامات الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٦/١/٨ أهم المجالات والبحوث التى يمكن أن تعتمد عليها الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى بحوث الاتصال والرأى العام .

٧/١/٨ العوامل التى تزيد من فعالية استخدام الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

الوحدة الثامنة

الملاحظة واستخداماتها فى رصد الشائعات وجمع بيانات بحوث الرأى العام

مقدمــة :

إن الملاحظة عملية مستمرة فى حياتنا اليومية، نلاحظ ثم نتخذ قرارنا فى ضوء ملاحظاتنا، نلاحظ إشارة المرور ثم نتوقف أو نسير، نلاحظ حالة السحب ثم نرتدى الملابس الأنسب وهكذا.

وتعتبر الملاحظة من الوسائل التى عرفها الإنسان واستخدمها فى جمع بياناته عن محتمعه منذ أقدم العصور، وما زال يستخدمها فى جمع البيانات والحقائق التى تمكنه من تحديد مشكلة بحثه ومعرفة عناصرها وتكوين فروضه وتحقيق هذه الفروض والتأكد من صحتها، فالملاحظة وسيلة صالحة لإدراك وفهم الظواهر الطبيعية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية.

١/٨ الملاحظة العلمية كأداه لجمع المعلومات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات فى استطلاعات الرأى العام إذا توافرت لها عدة شروط منها: أن يكون لها غرض بحثى عميق وليس لمجرد فضول أو استطلاع غير هادف، وأن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلا دقيقا، وتخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة فى نتائجها.

١/١/٨ إيجابيات الملاحظة فى جمع بيانات استطلاعات وبحوث الرأى العام:

تتميز الملاحظة بعدة إيجابيات أهمها: أنها تمكن الباحث من تسجيل السلوك

الملاحظ وقت حدوثه مباشرة، وبذلك يقل فيها الاعتماد على الذاكرة وتسلم من تحريفها، كما أن كثيرا من الموضوعات مثل الشائعات والنكت والعادات الاجتماعية وطرق التعامل بين الناس وبعض عادات الناس وبعض عادات التعرض لوسائل الإعلام يكون من الأفضل رصدها عن طريق الملاحظة إذا أريد الكشف عن خصائصها، كما تسهم الملاحظة فى التعرف على ردود الفعل بالتعبير الحركى: ومن أمثلة ذلك: الربط بين البرنامج وتركيز الانتباه إليه وقدرة رجل الإعلام على شد المتلقى إليه، وقياس الأثر الانفعالى الظاهرى لبعض البرامج وتغيير مستمع لمحطات الإذاعة كمظهر للعزوف عن برنامج ما والبحث عن آخر أفضل، كما أنها لا تتطلب من الأشخاص موضع الملاحظة أن يقرروا شيئا وهم فى كثير من الأحيان قد لا يعلمون أنهم موضع الملاحظة، وبذلك تتلخص الملاحظة من عيوب المقابلات والاختبارات والتجارب التى قد يتردد الناس فى الإسهام فيها أو فى الإجابة عن أسئلتها أو قد يضيقون بها أو لا يجدون لها متسعا من الوقت.

ومن المعروف أن هناك بيانات لا تجمع إلا بطريقة الملاحظة كالشائعات، كذلك هناك ظروف يواجه الباحث فيها المقاومة أو الرفض من جانب المبحوث ؛ فمن الناس مثلا من يغضبهم أن يسألوا دون غيرهم وهناك من يرفضون أن يكونوا موضع دراسة وبحث، ولو أن الملاحظة قد لا تأتى هنا بما تأتى به الأسئلة من معلومات إلا أنها قد تغطى الجوانب المهمة التى لا يتمكن الاستبيان من الوصول إليها.

وتمكن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير عن أنفسهم قولا أو كتابة كالأطفال والبكم، كما تفيد الملاحظة فى دراسة الأثر الانفعالى لبعض البرامج التليفزيونية فى محيط قطاع مهم من قطاعات الرأى العام النوعى: الأطفال.

كذلك تعتبر الملاحظة أداة صالحة لقياس فعالية العملية التربوية فى تحقيق الأهداف والغايات المرسومة لها، حيث يمكن عن طريق الملاحظة رصد آراء وسلوك التلاميذ وتصرفاتهم ومعاملاتهم كأن يدرك الباحث أو الملاحظ مدى اكتسابهم

لكثير من الصفات الاجتماعية والنفسية كصفة التعاون وصفة الثقة بالنفس وروح المبادأة وغيرها من الصفات التى تسعى التربية الصالحة إلى غرسها فى نفوس الشباب والنشء. والتى لا يمكن تقويمها بصورة مرضية بالطرق والاختبارات التى تعتمد على الورقة والقلم . ومما يذكر فى هذا الصدد أن التليفزيون المصرى أجرى دراسة باستخدام الملاحظة حول التليفزيون المدرسى تعد من أحسن دراسات استطلاع الرأى العام النوعى - الطلاب - منهجيا ، وتوصلت إلى العديد من النتائج المهمة باستخدامها هذه الأداة المنهجية لرصد آراء واتجاهات وسلوك المبحوثين.

وتحقق **الملاحظة المطابقة بين القول والفعل** وذلك عندما يحتاج الباحث للتأكد من صدق ما يدلى به المبحوث باستخدامه أسلوب الملاحظة ،كأن يقول المبحوث أنه يتابع البرامج الصحية ويطبق إرشاداتها ويستفيد منها ، بينما تظهر ملاحظة الباحث غير ذلك فيما يبدو له من مشاهدته للمستوى الصحى للمبحوث ومستوى نظافة المنزل وباقى أفراد الأسرة ولذلك كثيرا ما تكشف الملاحظة عن ادعاءات من الممكن أن تؤثر على الناتج العام لبحوث واستطلاعات الرأى العام.

٢/١/٨ عيوب الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

ورغم هذه الميزات إلا أنه توجد مجموعة عيوب تتسم بها الملاحظة ينبغى التعرف عليها لتلافيها ومن أهمها: صعوبة التنبؤ مقدما بوقوع حادث معين ونجد فى معظم الحالات أنه يجب علينا أن ننتظر حدوث الظاهرة لنلاحظها وحتى فى الظواهر التى تحدث فى حياتنا اليومية قد يفاجأ الباحث بعوامل طارئة تحول دون متابعتها أو ملاحظتها وهكذا تكون الملاحظة مضيعة للوقت من ناحية ومكلفة من ناحية أخرى، وكذلك لا تفيد الملاحظة فى التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع، ولا تجيب بشىء صريح عن الماضى لاستحالة التطبيق العملى لملاحظة أشياء حدثت فى الماضى، كما يصعب تمثيل العينة التى تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله، وبالتالى لا يمكن تعميم نتائجها وهو ما يُستهدف أساسا من إجراء

استطلاعات الرأى العام، كما يصعب تطبيقها على عينات كبيرة من الجماهير لأنها تفيد أكثر فى دراسة الأفراد أو المجموعات الصغيرة ونحن فى استطلاعات الرأى العام نتعامل مع جماهير عديدة ومتنوعة.

ويضاف إلى ما سبق أنه يندر **أن تخلو الملاحظة من التحيز** فالنتائج التى نصل إليها عن طريقها يغلب عليها الطابع الشخصى إلى حد كبير، لأن كل فرد منا يلون الأمر الحسى بطابعه الخاص ولذلك تختلف نتائج الملاحظة باختلاف الملاحظين من حيث قوة أو ضعف حواسهم، ومن حيث مقدرتهم أو عجزهم على تأويل هذه الملاحظات تأويلا علميا صحيحا، كما أن الملاحظين ليسوا سواء من حيث: السرعة أو البطء فى تسجيل الظواهر أو من حيث الدقة أو المهارة فى إدراك التفاصيل الجوهرية وتمييزها عن غيرها ، ولا يقف الأمر عند هذا الحد فإنه من الممكن أن تختلف النتائج التى ينتهى إليها مُلاَحظ واحد من حيث الدقة والضبط ذلك لأن مقدرة المرء على الملاحظة العلمية الدقيقة المضبوطة تختلف من وقت إلى آخر باختلاف حالته النفسية.

٨/١/٣ شروط الملاحظة الجيدة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

ولذلك اجتهد الباحثون فى صياغة شروط تمكن من إنجاز ملاحظة جيدة أهمها:

أنه يجب أن تكون الملاحظة **شاملة كاملة**، بمعنى أنه من الواجب أن يلاحظ المرء كل العوامل التى قد يكون لها أثر فى إحداث الظاهرة، لأن إغفال بعض العوامل قد يؤدى أحيانا إلى عدم معرفة بعض الظواهر من حيث العوامل التى أدت إلى إيجادها فعلا أو من حيث ارتباطها بغيرها، ويجب الانتباه الدقيق أثناء الملاحظة لأهم العوامل والجوانب التى توضح الظاهرة محل الملاحظة، كما يجب تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الإدراك الحسى الدقيق ، ولذلك يشترط أن يكون المُلاحظ متمتعا بحواس سليمة تمكنه من ملاحظة ما يتجه إلى ملاحظته ملاحظة دقيقة وأن يكون خاليا من المعوقات الخلقية للحواس كالعمى الكلى أو الجزئى أو الصمم

الجزئى... إلخ، وأن يكون خاليا من المعوقات الوقتية التى ترجع إلى تعب طارئ أو تناول بعض العقاقير... إلخ، وكذلك يجب أن تكون الأشياء المراد ملاحظتها مما يمكن ويسهل إدراكه حسيا من حيث حجمه ودرجة ثباته وتنظيمه وشدته وبعده وسرعته...إلخ، وعلى الملاحظ أن يتفرغ أثناء عملية الملاحظة وألا يكون لديه أى شاغل آخر سوى اتخاذ الحيطة تجاه أخطاء الملاحظة التى قد تحول دون إدراك الظاهرة، والاستعانة بالأجهزة والآلات والمعدات الحديثة كلما قصرت الحواس المجردة عن الإدراك الدقيق لسد نقص الحواس وتقويتها أو اكتشاف ظواهر لا يمكن أن تكتشف بالحس المجرد وأن يتلقى **المُلاَحظ تدريبا جادا** على عملية الملاحظة لتنمية قدراته ومهاراته، فالملاحظة فن تزيد درجة دقته عن طريق التدريب الجاد والممارسة الواعية التى تتسم بالإصرار والمثابرة من خلال الدورات التدريبية التى تنظمها الجهات الأكاديمية ومراكز بحوث الرأى العام.

٤/١/٨ أنماط الملاحظة وأساليبها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام :

يختلف المتخصصون فى مجال استطلاع الرأى العام فى تحديدهم لأنماط الملاحظة وأساليبها إلا أن الاتجاه الغالب يرى أن الملاحظة تنقسم إلى نمطين أساسيين **أولهما** يعرف بالملاحظة البسيطة وثانيهما يعرف بالملاحظة المقننة مع توافر صور وأساليب لكل من النمطين تمكن من تحقيق الأهداف المرجوة من عملية الملاحظة.

١/٤/١/٨ الملاحظة البسيطة: ويقصد بها أن تتم عملية ملاحظة الظواهر وهى فى حالتها التلقائية دون تعمد أو ضبط علمى ؛ بمعنى ملاحظة الظواهر من خلال ظروفها الطبيعية دون استخدام لأى نوع من أنواع العد والقياس .

١/١/٤/١/٨ أساليب الملاحظة البسيطة:

(أ) الملاحظة بالمشاركة : هى تلك التى تمكِّن الباحث من أن يحيا وسط الناس الذين يرغب فى ملاحظتهم ويتيح له أن يساهم فى مختلف أوجه النشاط للمبحوثين، ومن المقبول أن تكون معايشة الباحث لمجتمع بحثه لفترة مؤقتة تحددت

مسبقا وفقا لخطة البحث، ويعد أسلوب الملاحظة بالمشاركة أهم أساليب الملاحظة البسيطة فى مجال رصد الشائعات.

ومن ألزم الأمور على الباحث الذى يرصد الشائعات من خلال أسلوب الملاحظة بالمشاركة أن يساير الجماعة أو المجتمع المبحوث كأى عضو بمعنى أن يخضع لنفس الظروف والمؤشرات التى يخضع لها مجتمع بحثه، وعليه ألا يفصح عن شخصيته حتى لا يلجأ المبحوثون إلى تضليله أو إخفاء مشاعرهم وأنماط سلوكهم وعاداتهم فى التعرض لوسائل الاتصال أو ترديد الشائعات أو النكت.

(ب) الملاحظة بغير المشاركة : هى الملاحظة التى تتم دون أن يشترك الباحث بأى صورة من الصور فى أى نوع من أنواع النشاط اليومى للمجتمع المبحوث ويرى الخبراء والمتخصصون فى استطلاعات الرأى العام أن الملاحظة بغير المشاركة كأسلوب من أساليب الملاحظة البسيطة تستخدم لملاحظة الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات ذات الاتصال المباشر ، ويرون كذلك أن لهذا الأسلوب ميزة تتمثل فى تمكين الباحث من أن يلاحظ السلوك كما يحدث فعلا فى الواقع وبصورة طبيعية.

٢/٤/١/٨ الملاحظة المقننة: التى تشكل النمط الثانى من أنماط الملاحظة تختلف بالضرورة عن الملاحظة المبسطة ومحك **الاختلاف الأساسى** هو خضوع الملاحظة المقننة (للضبط العلمى) وينسحب (الضبط) على عملية الملاحظة ككل بحيث يشمل كل الأطراف المشاركة فيها الباحثون والأفراد المبحوثون وموضوع الملاحظة والغايات التى تسعى إليها ، وكذلك الموقف الاجتماعى أو الاتصالى الذى يحتوى على هؤلاء الأطراف جميعا .

ولقد شاع استخدام (الملاحظة المقننة) فى الدراسات التى تختبر فروضا سببية أو الدراسات التى تستهدف تقديم وصف دقيق لظاهرة ما من الظواهر التى تسعى استطلاعات الرأى العام إلى رصدها.

ـ أهم الوسائل المستخدمة فى الملاحظة المقننة والتى لا تصلح لرصد الشائعات وإنما لقياس التأثيرات: مختلف أنواع التسجيلات الصوتية والمرئية أو كليهما معا كالصور الفوتوغرافية والتسجيلات الصوتية (الكاسيت) والتسجيلات الصوتية المرئية (الفيديو كاسيت) علاوة على التسجيلات التقريرية التى يكتبها الملاحظون أولا بأول حول موضوع ملاحظتهم والتى تمكن من التعرف على مختلف العلاقات بين الظواهر محل الملاحظة واستثمار ذلك فيما بعد فى المقارنات التى تجرى للتأكد من دقة المعلومات التى تم جمعها عن الظاهرة محل الملاحظة.

يضاف إلى ذلك ضرورة استعانة الباحثين من خلال عملية الملاحظة المقننة ببعض وسائل العد والقياس التى تستهدف – بالدرجة الأولى – تمكين الملاحظ من وصف مشاهدته بطريقة عملية كمية والتعبير عن ملاحظاته بالأرقام قدر المستطاع.

٥/١/٨ استخدامات الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

أسست أولى جماعات استطلاع الرأى العام على أساس الملاحظة فى انجلترا عام ٧١٩٣ باسم (**جماعة الملاحظة الجماعية**) وأسسها كل من توم هاريسون – وكان عالما فى أصول الأجناس – وشارل مادج – وكان صحفيا وشاعرا – واعتمدت هذه الجماعة منذ البداية على ملاحظين متطوعين استجابوا للفكرة كما شرحها صاحباها فى الصحف ووصفها بأنها: الوصف الكامل والواضح بلغة بسيطة لكل ما يسمعه ويراه بالنسبة للمسألة التى يطلب منه جمع آراء حولها وبلغ عدد هؤلاء الملاحظين فى بداية الحرب العالمية الثانية ١٥٠٠ ملاحظ تصلهم التعليمات مرة واحدة كل شهر، ونشرت بعض تقارير هذه الجماعة خاصة التى تناولت التغييرات التى طرأت على أفكار الناس فى بريطانيا وسلوكهم تحت تأثير الحرب وشملت ستة موضوعات هى: شراء الملابس بالبطاقات، الدعاية المحلية التى كانت توجهها الدولة للمواطنين داخل بريطانيا، مستقبل العاملين فى الإنتاج الحربى، آمال المواطنين واحتياجاتهم بالنسبة لمشكلة الإسكان بعد الحرب، آراء الناس بالنسبة للمشكلات المترتبة على تسريح الجنود بعد نهاية الحرب ، وأخيرا

استطلاع الرأى العام فى مشكلة قلة عدد المواليد وآثرها على تعداد بريطانيا بعد الحرب.

وعلى الرغم من أن هذه الطريقة تمكن من الوصول إلى نتائج مهمة واستطاعت جماعة الملاحظة الجماعية فى بريطانيا - على سبيل المثال - القيام بأداء خدمات جليلة لبلادها والوصول إلى أحكام ونتائج موفقة فى مجالات استطلاع الرأى العام إلا أن استخدام الملاحظة فى الوطن العربى قاصر على رصد الشائعات حيث إننا لم نجد من خلال حصرنا لبحوث الاتصال العربية إلا دراستين اعتمدتا على الملاحظة كأداة ضمن أدوات أخرى فى بحث متكامل عن التليفزيون التعليمى فى الوقت الذى اعتمدت عليها أكثر من ٢١٪ من بحوث الإعلام والرأى العام التى أجريت فى الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث تبين من بعض هذه البحوث أن استخدام أداة الملاحظة بالمشاركة أدى إلى نتائج لا تختلف كثيرا عن النتائج التى توصلت إليها أدوات أخرى كالاستقصاء.

٦/١/٨ أهم المجالات والبحوث التى يمكن أن تعتمد عليها الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى بحوث الاتصال والرأى العام:

بالإضافة إلى رصد الشائعات والنكت السائدة ، التعرف على البيان الحقيقى فى المؤسسات الإعلامية وأنماط تأثير التداخلات المختلفة فى صالة تحرير الأخبار وهى دراسات تتصل بحراس البوابة فى المؤسسات الإعلامية وعمليات اختيار الأخبار وتحريرها ، وبحوث واستطلاعات الرأى العام التى تستهدف قياس التعرض لبرامج التليفزيون عن طريق تركيب أجهزة القياس الإكترونية بأجهزة الاستقبال التليفزيونية للتعرف على فترات التعرض والقنوات المفضلة وقياس مدى التعرض للإعلانات والمواد والعناوين المنشورة فى الصحف عن طريق تسجيل حركة عين القارئ بواسطة كاميرا خاصة، وملاحظة الصحف الأكثر اجتذابا لانتباه القراء فى أماكن بيع الصحف، والتعرف على نوعيات قراءة الصحف والمجلات وذلك بتوزيع

عدد من الباحثين (الملاحظين) على أماكن بيع الصحف لرصد نوعية قراء كل صحيفة ومجلة بالاعتماد على الأوصاف الظاهرة (كالنوع والمرحلة العمرية والمظهر) بالإضافة إلى إمكانية ملاحظة سلوك قراء المجلات فى الأماكن العامة، واستخدام الملاحظة بالمشاركة مع طريقة المقابلة غير المقننة برصد علاقات مندوبى الأخبار ببعض مصادر الأنباء فى بيئة محلية والتعرف على مدى الاستماع لبرامج الراديو أو البرامج المفضلة . ومما يذكر فى هذا الصدد تكليف إحدى هيئات البحث الأمريكية مجموعة من سائقى التاكسى بتسجيل ملاحظتهم عن سلوك الركاب عندما يدخلون إلى التاكسى والراديو مفتوح على إحدى المحطات، وكذلك التعرف على رد فعل الرأى العام حول الخطب والبيانات المهمة والمذاعة تليفزيونيا على الهواء عن طريق ملاحظين موزعين على مجموعة من الأماكن العامة - كالمقاهى والأندية - واستطلاع الرأى العام فى الموضوعات التى قد لا يرغب الناس فى التحدث فيها مجاهرة أو الإجابة عن الأسئلة التى توجه إليهم بشأنها **وتعد الملاحظة فى رأينا أنسب الطرق لاستطلاع الرأى العام فى البلاد التى ترتفع فيها نسبة الأمية ويسود بين الجماهير أو بعض فئاتها الشك فى كل ما له طابع رسمى.**

٧/١/٨ العوامل التى تزيد من فعالية استخدام الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام توصلنا إلى تحديدها من خلال خبرتنا العملية فى هذا المجال منها:

- ضرورة توفير طرق ووسائل وأساليب تسمح برصد الظواهر بسرعة ودقة وإيصالها فى أسرع وقت إلى مركز قياس الرأى العام مما يستلزم فى بعض الحالات تزويد الملاحظين بأجهزة الفاكس التى تمكنهم من سرعة إرسال ما يرصدونه من شائعات ونكت وظواهر.
- العمل على تقليل تحيز القائمين بالملاحظة وفى هذا الصدد نشير إلى استمارة موحدة لرصد الشائعات تتضمن بالإضافة إلى الشائعة السمات

الديموغرافية المختلفة لمروجيها ومكان رصدها مع التأكيد أنه فى بحوث الرأى العام: **المهم الرأى لا صاحب الرأى. (توجد الاستمارة بالنماذج التطبيقية).**

- **تدريب الباحثين** سواء التدريب الجماعى للملاحظين أو استدعاء مُلاحظ معين يوجد قصور ملحوظ فى مجال محدد لديه لتدريبه تدريبا علمياً وعمليا فى هذا المجال. (وكان ذلك أسلوبنا العملى فى هذا المجال).
- التأكيد على الملاحظين ألا يشعروا أفراد المجتمع الذى يتولون رصد الشائعات والظواهر بما يقومون به من عمل ، حتى تكون تصرفات أفراد المجتمع عادية.

ملخص الوحدة

تناولت هذه الوحدة الملاحظة واستخداماتها فى رصد الشائعات وجمع البيانات باعتبارها من أهم الأساليب الكيفية فى استطلاعات وبحوث الرأى العام من خلال التعريف بأهمية الملاحظة كأداة مهمة فى هذا المجال وإيجابياتها وسلبياتها كأداة كيفية فى مجال بحوث الرأى العام.

كما تناولت هذه الوحدة شروط الملاحظة الجيدة التى يجب توافرها حتى تكون الملاحظة أداة علمية فى استطلاعات وبحوث الرأى العام.

وتم التعريف بأنماط الملاحظة البسيطة والمقننة وأساليبها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام وأهمية مسايرة الباحث الذى يرصد الشائعات للجماعة كأى عضو حتى لا يلجأ المبحوثون إلى تضليله أو البعد عنه.

وتناولت هذه الوحدة تأسيس أول جماعة لاستطلاع الرأى العام بأسلوب الملاحظة وهى: جماعة الملاحظة الجماعية ببريطانيا عام ١٩٣٧، كما تناولت أهم المجالات التى يمكن أن تعتمد عليها الملاحظة كأداة لجمع البيانات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام وأهم التوصيات التى تزيد من فعالية استخدام الملاحظة فى هذه الاستطلاعات.

أسئلة الوحدة

أولاً- أسئلة المقال:

س١: "تعد الملاحظة أنسب الطرق لاستطلاع الرأى العام فى البلاد التى ترتفع فيها نسبة الأمية، ويسود بين الجماهير روح الشك فى كل ما له طابع رسمى". اشرح هذه العبارة.

س٢: اشرح إيجابيات وعيوب الملاحظة كأهم الأساليب الكيفية فى استطلاعات وبحوث الرأى العام.

س٣: ما أهم الشروط التى يجب توافرها فى الملاحظة حتى يمكن استخدامها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام؟

س٤: ما هى أنماط الملاحظة وأساليبها فى استطلاعات وبحوث الرأى العام؟

س٥: اشرح نماذج من استخدامات الملاحظة فى استطلاعات وبحوث الرأى العام والإعلام.

س٦: ما هى أهم التوصيات التى يمكن أن تزيد من فعالية استخدام الملاحظة فى بحوث الرأى العام؟

س٧: حاول اقتناء المجلة المصرية لبحوث الرأى العام التى تصدر عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام وصمم - من خلال اطلاعك على بحوثها التى استخدمت الملاحظة - صحائف لرصد الشائعات والشعارات والنكت.

ثانيا - الأسئلة الموضوعية :

س٨ : أكمل العبارات الآتية :

(أ) تعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات إذا توافرت لها عدة شروط هى :

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

(ب) اجتهد الباحثون فى صياغة عدة شروط تمكن من إنجاز ملاحظة جيدة؛ أهمها :

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

٥- ....

(جـ) شاع استخدام الملاحظة المقننة فى الدراسات التى تختبر فروضًا ....أو الدراسات التى تستهدف تقديم .... من الظواهر التى تسعى استطلاعات الرأى العام إلى رصدها .

(د) خلال عملية الملاحظة المقننة يستعين الباحث ببعض وسائل .... التى تستهدف تمكين الملاحظ من وصف مشاهدته بطريقة .... والتعبير عن ملاحظاته .... قدر المستطاع .

(هـ) أسست أولى جماعات استطلاع الرأى فى .... عام .... باسم .... وعلى الرغم من أن طريقة الملاحظة تمكن من الوصول إلى نتائج مهمة ، إلا أن استخدام الملاحظة فى الوطن العربى مقصور على ....

س٩ : ضع العلامة المناسبة (√)أو (×) أمام العبارات الآتية :

(أ) تتميز الملاحظة بأنها تتيح للباحث تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة وبذلك يزداد الاعتماد على الذاكرة . ( )

(ب) تعجز الملاحظة العلمية عن كشف ادعاءات المبحوث والتى يمكن أن تؤثر على الناتج العام لاستطلاعات الرأى العام . ( )

(جـ) نظراً للتعامل المباشر بين الباحث والمبحوث فالملاحظة تخلو من التحيز . ( )

(د) تعد الملاحظة من أنسب الطرق لاستطلاع الرأى العام فى البلاد التى تقل فيها نسبة الأمية . ( )

(هـ) الملاحظة المقننة هى تلك تمكن الباحث من أن يحيا وسط الناس الذين يرغب فى ملاحظتهم وتتيح له أن يساهم فى مختلف أوجه النشاط للمبحوثين. ( )

(و) يجب التأكيد على الملاحظين بألا يشعروا المجتمع الذى يتولون رصد الشائعات والظواهر به أنهم يقومون بهذا العمل حتى تكون تصرفات أفراده عادية . ( )

نماذج الإجابة

جـ٩: (أ) × (ب) × (جـ) ×

(د) × (هـ) × (و) √

مراجع الوحدة

المصدران الرئيسيان لهذا الفصل:

(أ) محاضرات وتجارب المؤلف فى مجال رصد الرأى العام العُمانى بالعينة خلال السنوات العشر التى أمضاها مستشاراً للرأى العام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوزارة الإعلام العُمانية .

(ب) كتب المؤلف الآتية:

- عاطف عدلى العبد. *الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام* (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص ص١٣٧-١٥٨.
- عاطف عدلى العبد. *الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية*. (القاهرة: مطبعة الهانى، ١٩٨٩). ص ص١٠٧-١٣٢.
- عاطف عدلى العبد. *بحوث الإعلام والرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية والإجرائية* - طبعة تجريبية (القاهرة: دار الهانى للطباعة، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. *بحوث المستمعين والمشاهدين فى الوطن العربى*. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. *التجربة البحثية المصرية فى مجال الإذاعة والتليفزيون* (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٠).
- عاطف عدلى العبد. *دراسات فى الإعلام العمانى*. ٤ مجلدات (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٥).
- عاطف عدلى العبد. الملاحظة واستخداماتها فى بحوث الإعلام والرأى العام. **فى:** ***مجلة الفن الإذاعى***، العدد ١٧٥، يوليو ٢٠٠٤, ص ص٥١-٥٨.

(ج) المراجع:

- إبراهيم أبو لغد. *البحث الاجتماعى*. (سرس الليان: مركز التربية الأساسية فى العالم العربى، ١٩٥٩).
- أحمد بدر. *أصول البحث العلمى ومناهجه* (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٨٢).
- جمال زكى. *أسس البحث الاجتماعى*. تأليف: جمال زكى، سيد يسن. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٦٢).
- زايد الحارثى. *بناء الاستفتاءات وقياس الاتجاهات*. ط١ (المملكة العربية السعودية، ١٤١٢هـ).

- سعد لبيب. الملاحظة وأهميتها كطريقة للحصول على المعلومات فى بحوث الإعلام والرأى العام. *فى*: ندوة قياس الرأى العام فى مصر بالقاهرة ١٠-١٢ مارس ١٩٨١ ص ص٢٠٦- , ٢١٩

- سمير محمد حسين. ***بحوث الإعلام***. ***مرجع سابق***. ص ص١٨٢- , ١٩٨

- عبد المعز عبد الرحمن. البحوث الإعلامية التطبيقية ومشكلاتها *فى*: ***كتاب بحوث الإعلام فى الوطن العربى***. (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٨٠) ص , ٨٣

- محمد عبد الحميد. ***دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام*** (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية ١٩٨٧) ص ص٢٤٧- , ٢٦٨

- صلاح مخيمر وآخرون. ***سيكولوچية الإشاعة*** (القاهرة: دار المعارف، ١٩٦٤) ص , ٧

- مختار محمد التهامى. ***الرأى العام والحرب النفسية***. ***مرجع سابق***. ص ص٨٢- , ٨٤

الوحدة التاسعة

تحليل المحتوى واستخداماته فى استطلاعات وبحوث الرأى العام

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١. يُعرف تحليل المحتوى كما عرفه بيرلسون .

٢. يذكر أربعة على الأقل من مجالات استعمال تحليل المحتوى فى بحوث الرأى العام .

٣. يعدد وحدات تحليل المحتوى التى ينبغى استخدامها فى تحليل الشائعات أو مقالات أو أعمدة الرأى وبريد القراء .

٤. يذكر الفئات المختلفة لتحليل المحتوى والتى ينبغى استخدامها فى بحوث الرأى العام .

٥. يذكر خمسة على الأقل من الاعتبارات والشروط التى يجب الأخذ بها عند تحليل محتوى المواد الإذاعية والتليفزيونية .

٦. يعدد العوامل التى تؤدى إلى نجاح تحليل المحتوى فى مجالات استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٧. يرتب مراحل إعداد استمارة تحليل المحتوى ترتيباً منطقياً .

٨. يذكر المعادلة الإحصائية التى تستخدم فى حساب الثبات فى بحوث تحليل المحتوى فى مجال الرأى العام .

٩. يستخرج البحوث التى اعتمدت على أداة تحليل المضمون وذلك من خلال الاطلاع على أعداد المجلة المصرية لبحوث الرأى العام .

العناصر:

٩/١ تعريف تحليل المحتوى .

٩/٢ استعمالات تحليل المحتوى .

٩/٣ وحدات تحليل المحتوى :

٩/٣/١ وحدة الكلمة .

٩/٣/٢ وحدة الموضوع أو الفكرة .

٩/٣/٣ وحدة الشخصية .

٩/٣/٤ الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية .

٩/٣/٥ وحدة مقاييس المساحة والزمن .

٩/٤ فئات تحليل المحتوى :

٩/٤/١ فئات الموضوع :

٩/٤/١/١ فئة موضوع الاتصال .

٩/٤/١/٢ فئة اتجاه موضوع الاتصال .

٩/٤/١/٣ فئة القيم .

٩/٤/١/٤ فئة السمات .

٩/٤/١/٥ فئة مصدر المعلومة .

٩/٤/١/٦ فئة الجمهور المستهدف .

٩/٤/٢ فئات الشكل :

٩/٤/٢/١ فئة شكل المادة الإعلامية .

٩/٤/٢/٢ فئة اللغة المستخدمة .

٩/٤/٢/٣ فئة المساحة والزمن .

٩/٥ اعتبارات وشروط مهمة فى تحليل محتـوى المواد الإذاعيـة والتليفزيـونية بصفة عامة والموجهة للرأى العام بصفة خاصة .

٩/٦ عوامل نجاح تحليل المحتوى فى استطلاعات وبحوث الرأى العام :

٩/٦/١ العامل الأول : الدقة فى تصميم استمارة تحليل المحتوى .

٩/٦/١/١ مراحل إعداد استمارة تحليل المحتوى:

٩/٦/٢ العامل الثانى : حسن اختيار العينة .

٩/٦/٣ العامل الثالث : الدقة فى العمل الميدانى (تسجيل المادة):

٩/٦/٣/١ حسن اختيار المحللين وتدريبهم .

٩/٦/٣/٢ إجراء اختبار الثبات .

٩/٦/٤ الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها .

المفاهيم المتضمنة :

ـ تحليل المحتوى

الوحدة التاسعة

تحليل المحتوى واستخداماته فى استطلاعات وبحوث الرأى العام

مقدمــة :

تشكل الرسالة أحد العناصر المهمة فى عملية الاتصال لأنها المضمون الذى يسعى القائم بالاتصال لتوصيله إلى الجمهور المستهدف.

ولذلك يعتبر تحليل المحتوى هو الوسيلة الأساسية للكشف عن المضمون والشكل وأشياء كثيرة تتصل بذكاء المصدر وقدراته وشخصيته ودوافعه واتجاهاته وقيمه.

ولقد سجل النصف الأول من القرن العشرين جهود الباحثين الإعلاميين فى اكتشاف تحليل المحتوى وتطويره، فاتجه بعض الباحثين فى المجالات الأخرى إلى تطبيقه فى دراساتهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والأدبية.

وعرفت مصر - وبالتالى غيرها من الدول العربية - دراسات تحليل المحتوى منذ الستينيات وازدهرت استخداماته عاماً بعد عام، واعتمدت عليه مئات الرسائل والبحوث سواء بمفرده أو فى إطار منهجى متكامل يدرس الرسالة والمتلقى وأساليب الممارسة ، ويتأكد ذلك من استعراض محتويات ببليوجرافيا دراسات الاتصال العربية التى أعددناها لليونسكو ومستخلصات بحوث المستمعين والمشاهدين التى أعددناها للمركز العربى لبحوث المستمعين والمشاهدين وغيرها من دراسات، مما يؤكد تزايد البحوث التى تستخدم تحليل المحتوى سواء فى الدراسات الإعلامية أو الاجتماعية والسياسية ودراسات الرأى العام بتحليل الشائعات والنكت والكتابات

على الجدران وأعمدة وصفحات الرأى وبريد القراء المنشور - والأهم - بريد القراء غير المنشور... إلخ.

١/٩ تعريف تحليل المحتوى :

توجد عشرات التعاريف لتحليل المحتوى من أهمها تعريف بيرلسون بأنه أحد الأساليب البحثية التى تستخدم فى وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً.

ويوضح تعريف جانيس بشكل مفصل تحليل المحتوى لأنه فى رأيه الأسلوب الذى يستخدم فى تصنيف وتبويب المادة الإعلامية، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث - أو مجموعة البحث - ويقسم المحتوى على أساسه إلى فئات واضحة، وتحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل فى السياق.

وتعرف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المحتوى بأنه أحد المناهج المستخدمة فى دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أساس خطة منهجية منظمة.

٢/٩ استعمالات تحليل المحتوى :

وفقاً للنموذج المعروف: من ؟ يقول ماذا ؟ بأى وسيلة؟ ولمن؟ وبأى تأثير؟ يمكن حصر استعمالات تحليل المحتوى كما يلى:

(أ) من ؟

- بحوث تحديد النوايا والأهداف.
- بحوث تحديد الاتجاهات.
- بحوث الكشف عن المهارات.
- بحوث تحديد السمات الشخصية والاجتماعية.

(ب) يقول ماذا ؟

- بحوث الكشف عن وسائل الاتصال.
- بحوث الكشف عن السياسات والأهداف.
- بحوث الكشف عن الأنماط والمعايير الاتصالية.
- بحوث اكتشاف أساليب الممارسة.
- بحوث الكشف عن تدفق المعلومات.
- قياس درجة الانقرائية.

(جـ) لمـن ؟

- دراسة الأنماط الثقافية والفكرية والعقائدية .
- دراسة التغيير فى هذه الأنماط.
- دراسة طرق تحقيق الغايات والأهداف.

(د) كيف ؟

- دراسة فنون الإقناع.
- دراسة اتجاهات حراس البوابة.

(هـ) بأى تأثير؟

- دراسة التفاعل والمشاركة.
- دراسة الاستجابة اللغوية.
- دراسة مراكز الاهتمام للمستقبل.
- تقويم السياسات والأهداف.

٣/٩ وحدات تحليل المحتوى:

وحدة التحليل هى الشىء الذى نقوم حقيقة باحتسابه، وهى أصغر عنصر فى

تحليل المضمون، وأكثرها أهمية، وأهم وحدات المحتوى خمس وحدات أساسية لتحليل الرموز اللفظية وهى:

١/٣/٩ وحدة الكلمة:

إن وحدة الكلمة أصغر وحدة من الوحدات المستعملة فى تحليل المحتوى وتتضمن الكلمة ومكوناتها كالجمل مرادفة لما أطلق عليه لازويل الرمز وليس المصطلح.

وتكمن صعوبة تحليل الكلمة فى حالة تعبيرها عن رمز أو فى حالة الكشف عن بعض المفاهيم المجردة: كالحرية أو الديمقراطية أو العدالة.

٢/٣/٩ وحدة الموضوع أو الفكرة:

تعتبر هذه الوحدة أكثر وحدات تحليل المحتوى استخداماً فى مادة الاتصال والشائعات والنكت.

والموضوع فى صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة (مثلا : فعل ومفعول) أو عبارة أو فقرة تتضمن الفكرة التى تدور حول مسألة معينة.

٣/٣/٩ وحدة الشخصية :

يكثر استخدام وحدة الشخصية فى تحليل القصص والأفلام والتراجم... إلخ.

ومن الأهمية التفرقة بين وحدتى: الشخصية والكلمة فى حالة الأشخاص حيث تستخدم وحدة الكلمة حينما نهتم بشخص معين لأنه يعبر عن فكرة أو اتجاه، بينما تهتم وحدة الشخصية بتحليل الشخصية وتطورها فى عمل أدبى أو فى التراجم والسير.

٤/٣/٩ الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية :

إن الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية هى الوحدة التى يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها إلى جمهوره ، ومن أمثلتها: الكتاب، الفيلم، العمود،

المسلسلات، المسرحيات، البرنامج الإذاعى، البرنامج التليفزيونى، المقال، الشائعة ، النكتة...إلخ.

ويمكن تقسيم هذه الوحدة إلى أقسام فرعية، فالبرامج يمكن تقسيمها إلى: برامج ترفيهية، برامج طوائف. ويمكن تقسيم بعض هذه الفئات إلى أقسام فرعية أيضاً، وتقسيم برامج الطوائف إلى : برامج الأطفال، برامج العمال، برامج المرأة...إلخ.

٥/٣/٩ وحدة مقاييس المساحة والزمن:

يلجأ الباحث إلى بعض المقاييس المادية للتعرف على المساحة التى شغلتها المادة الإعلامية المنشورة فى وسائل الإعلام المطبوعة أو الزمن الذى استغرقته المادة الإعلامية المذاعة بالوسائل السمعية أو الوسائل السمعية المرئية للتعرف على مدى الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل ، وتكون عادة وحدة القياس بالنسبة للمواد المطبوعة السنتيمتر وبالنسبة للمواد المسموعة والمسموعة المرئية الثانية أو الدقيقة.

٤/٩ فئات تحليل المحتوى :

يمكن تقسيم فئات تحليل المحتوى إلى نوعين: فئة الموضوع (ماذا قيل؟) وفئة الشكل الذى قُدمت به المادة الإعلامية (كيف قيل؟) على النحو الآتى:

١/٤/٩ فئات الموضوع: ماذا قيل؟

١/١/٤/٩ فئة موضوع الاتصال : تعتبر هذه الفئة أكثر فئات تحليل المحتوى انتشاراً وتجيب عن سؤال رئيسى: علام تدور مادة الاتصال؟ ويخلق الباحث فئات الموضوع الرئيسية والفرعية، فلا توجد فئات جاهزة، وكل باحث ينحت فئاته، **فمثلاً فئة موضوع الشائعات تنقسم إلى الشائعات: السياسية، الاقتصادية، الدينية، الاجتماعية، الرياضية، الأدبية، الفنية ...إلخ.**

٩/٤/١/٢ فئة اتجاه مضمون الاتصال : توضح فئة الاتجاه التأييد أو الرفض أو الحياد فى المضمون، أى مدى تأييد أو رفض قضية ما ، **وتوجد عدة تقسيمات فى هذا الصدد منها:**

- إيجابى، معتدل، سلبى.
- التسامح - الحرمان.

ويحدد أستاذنا د. مختار التهامى فى كتابه الرائد: (**تحليل مضمون الدعاية**) أن مضمون الاتصال يكون إيجابياً عندما يعرض للموضوع بصورة مؤيدة ويتجنب النواحى السلبية مع التركيز على المستقبل المشرق ، والعكس صحيح، ويقدم نماذج للموضوعات المؤيدة التى تعكس التضامن الاجتماعى والتعاون والاستقرار السياسى والاقتصادى بينما تتعرض الموضوعات غير المؤيدة لانعدام النظام والاستقرار والضعف والتفكك...إلخ.

٩/٤/١/٣ فئة القيم : يطلق الباحثون على هذه الفئة **تسميات عدة منها:** الأهداف، الاحتياجات، وأيا كانت التسمية تستخدم فئة القيم للتعرف على الهدف أو القيمة التى يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها.

٩/٤/١/٤ فئة السمات : تستخدم فئة السمات لوصف خصائص الأفراد للتعرف على خصائصهم: كالسن والنوع ومنطقة الإقامة والحالة التعليمية...إلخ. **وهذه الفئة مفيدة فى معرفة خصائص مروجى الشائعات ،كما وجدنا من خلال عملنا فى رصد الرأى العام.**

٩/٤/١/٥ فئة مصدر المعلومة :تستخدم فئة مصدر المعلومة للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة أو **الشائعة** كالأشخاص، الصحف، وكالات الأنباء...إلخ.

٩/٤/١/٦ فئة الجمهور المستهدف : تسعى فئة الجمهور المستهدف إلى التعرف على الجمهور الذى يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الإعلامية له.

ففى دراستنا لاتحاد الإذاعة والتليفزيون قسمنا الجمهور المستهدف فى برامج المرأة إلى: المرأة/ عام، الأسرة/ عام، المرأة الريفية، المرأة العاملة، المرأة البدوية، وربة البيت...إلخ.

وفى **بحث التناول الإعلامى للمشكلة السكانية** قسمنا فئات الجمهور المستهدف إلى: عمال، فلاحين، المرأة، الأسرة، الشباب والجمهور العام.

وفئة الجمهور المستهدف من الشائعة يمكن تقسيمها إلى: المسئولين الحكوميين - أعضاء الأحزاب - الأجهزة الرقابية، المواطن العادى والفئة الأخيرة يمكن تقسيمها فرعيا طبقا لأى معيار: المهنة (المزارعون، العمال... حالة العمل: يعمل/ عاطل)...إلخ.

٢/٤/٩ فئات الشكل: كيف قيل؟

تضم فئات الشكل: كيف قيل؟ عدة فئات فرعية على النحو الآتى:

١/٢/٤/٩ فئة شكل المادة الإعلامية :تستخدم فئة شكل المادة الإعلامية للتفرقة بين الأشكال والأنماط المختلفة التى تتخذها المادة الإعلامية على النحو الآتى:

- فى الصحف:

خبر، مقال افتتاحى، عمود، حديث، تحقيق، ندوة، إعلان، شعر، زجل، كاريكاتير...إلخ.

- فى الإذاعة والتليفزيون :

حديث مباشر، حوار، مناقشة، ندوة، سؤال وجواب، تمثيلية، غناء ، إعلان.

- فى الشائعات:

شفوية - مطبوعة فى أوراق - محفورة على جدران...إلخ.

٢/٢/٤/٩ فئة اللغة المستخدمة : تعتبر هذه الفئة من الفئات المهمة لما يترتب عليها من نتائج تتعلق بمدى فهم الرسالة الإعلامية. ومن **أمثلة هذه الفئات:**

اللغة العربية الفصحى، اللغة الفصحى البسيطة، والعامية.

أو - اللغة المستخدمة: اللغة العربية، اللغة الإنجليزية، اللغة الفرنسية، لغة أخرى تذكر. (**وتستخدم فى رصد الإذاعات الموجهة وما تبثه من شائعات**).

٣/٢/٤/٩ فئة المساحة والزمن : وتقيس هذه الفئة المساحة فى وسائل الإعلام المطبوعة والزمن فى وسائل الإعلام المسموعة المرئية وكلما زادت المساحة أو الزمن كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام.

٩/٥ اعتبارات وشروط مهمة فى تحليل محتوى المواد الإذاعية والتليفزيونية بصفة عامة والموجهة للرأى العام بصفة خاصة:

- تمتع القائم بالتحليل بسلامة الحواس وخاصة حاستى: السمع والرؤية.
- ضرورة توافر جهاز فيديو لتسجيل عينة الدراسة، ويفضل أن يكون بريموت كنترول متعدد الوظائف.
- ضرورة أن تكون الشرائط المسجل عليها محتوى البرامج التليفزيونية - وكذلك الإذاعية - ذات كفاءة تسمح بإعادة الاستماع أو المشاهدة أكثر من مرة.
- ضرورة توافر ساعات إيقاف لقياس الزمن، حيث تقيس وحدة الزمن الوقت المخصص لإذاعة أو عرض محتوى ما فى الراديو أو التليفزيون لأن عنصر الوقت يشير إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه ، **فكلما زادت المساحة الزمنية كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام بمخاطبة الرأى العام والتأثير فيه.**
- ضرورة توافر باحثين يعرفون فى وسائل الإيضاح التليفزيونية ؛ وأهمها:

* رسوم متحركة.
* عرائس: مجسمة أو خيال ظل.

* تمثيل بشرى: روائى أو تسجيلى أو غنائى استعراضى... إلخ.

* أقنعة.

* تصوير ميدانى.

* نماذج: الشكل الظاهرى، القطاعات، الحل والتركيب والنماذج الشغالة.

* صورة ثابتة: فوتوغرافية، أفلام ثابتة، وشرائح.

* لوحات: فنية، مكتوبة، مكتوبة ومرسومة.

* خرائط: مجسمة، مسطحة، كهربائية...إلخ.

- ضرورة معرفة القوالب الفنية المستخدمة فى عرض المضمون الإذاعى بشقيه المسموع والمرئى منها:

*** حديث مباشر :**

* من شخص واحد وهو المذيع.

* من شخص آخر.

* من أكثر من شخص.

*** أسئلة وأجوبة :**

* من مقدم البرنامج.

* أسئلة من فرد من الجمهور وأجوبة من مقدم البرنامج.

* أسئلة من مقدم البرنامج وأجوبة من فرد من الجمهور.

* أسئلة من مقدم البرنامج وأجوبة من ضيف.

* أسئلة وأجوبة من الجمهور.

* أسئلة وأجوبة من ضيف

*** حـوار :**

*** قالب تمثيلى :**

*** غنــاء :**

*** راوى للصورة :**

* شخص واحد.

* أكثر من شخص.

٦/٩ عوامل نجاح تحليل المحتوى فى مجال استطلاعات وبحوث الرأى العام:

يتوقف نجاح تحليل المحتوى فى استطلاعات وبحوث الرأى العام على عدة عوامل ، أهمها فى رأينا ما يلى:

- الدقة فى تصميم استمارة التحليل.
- حسن اختيار العينة التى سيتم تحليلها من المحتوى الإعلامى أو **الشائعات** أو **النكت** أو الظواهر العامة أو الشعارات والهتافات فى المظاهرات... إلخ.
- الدقة فى تسجيل المادة المراد تحليلها أو رصد الشائعات والنكت.
- الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها.

١/٦/٩ العامل الأول ـ الدقة فى تصميم استمارة تحليل المحتوى :

تتحقق الدقة فى تصميم استمارة تحليل المحتوى بمراعاة عدة عوامل أهمها: **مراعاة القواعد المنهجية فى مراحل إعداد استمارة تحليل المحتوى، ومراعاة بعض الاعتبارات المنهجية فى تحديد وصياغة وحدات وفئات تحليل المحتوى على النحو التالى:**

١/١/٦/٩ مراحل إعداد استمارة تحليل المحتوى:

(أ) تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوى: يعتبر تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوى بوضوح ودقة المرحلة الأولى فى تصميم الاستمارة بحيث إذا كان غرض الدراسة غامضا جاءت الاستمارة كلها غامضة.

وتوجد قاعدة منهجية تتصل بإعداد الاستمارة - أى استمارة سواء لدراسة المحتوى أو الجمهور أو القائم بالاتصال - تقول: لا تحاول إعداد استمارة قبل أن تلخص غرض الدراسة فى أسئلة محددة، ففى ضوء الأسئلة التى تعكس هدف الدراسة يتم تصميم الاستمارة واختيار العينة المناسبة لتحقيق الهدف؛ فمثلا هل تستهدف الدراسة التعرف على المحتوى الذى تقدمه الشائعات فى الصحف والإذاعات والتليفزيونات؟ أم فى وسيلة واحدة منها: الصحف أو الراديو أو التليفزيون؟ ومن المعروف **أنه فى عصر الفضائيات يزداد استخدام القنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية فى نشر الشائعات والبلبلة فى صفوف الرأى العام، أو رصد الهتافات فى المظاهرات.**

وكذلك :

- هل الهدف دراسة الشائعات والشعارات الشفوية أم الشفوية والمكتوبة: على الجدران.

وكذلك :

- هل الهدف دراسة كل أعمدة الرأى العام أم التى تتناول قضية ما مثل القضايا الاجتماعية أو السياسية أو الدينية ، أو قضية واحدة من كل نوع مما سبق.

(ب) تحديد البيانات المطلوب جمعها : يعتبر تحديد البيانات المطلوب جمعها الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة التحليلية.

ونرى فى هذه المرحلة ألا تتضمن استمارة تحليل المحتوى فئة لا يكون لدى الباحث أو مركز بحوث الرأى العام فكرة واضحة عن إسهامها فى تحقيق أهداف الدراسة ، حيث يساعد تحديد الأهداف بوضوح ودقة فى تحديد البيانات المطلوب جمعها.

ويمكن أثناء تحديد البيانات الرجوع إلى ما يلى:

- التراث العلمى واستمارات تحليل المحتوى التى سبق إعدادها فى بحوث سابقة لمراجعة الفئات وتحسين ما قد يتراءى تحسينه منها أو إعادة صياغتها لتخدم أغراض تحليل المحتوى وخاصة **فئات الشائعات أو بريد القراء أو أعمدة الرأى أو الهتافات والشعارات فى المظاهرات.**
- الرجوع إلى الخبراء والمتخصصين فى مجال الدراسة.
- إجراء تحليل محتوى مبدئى.

ونود الإشارة إلى أن عددا قليلا من الباحثين يعطى **لتحليل المحتوى المبدئى** ما يستحقه من اهتمام قبل البدء فى إجراءات التحليل النهائى ، وخاصة أن تحليل المحتوى المبدئى - الذى يتم على عينة أصغر من العينة التى ستجرى عليها الدراسة - **يستهدف ما يلى:**

- تحديد العناصر المكونة لوحدات وفئات التحليل.
- تكوين ألفة بين الباحثين والمحتوى الذى يدرسه.
- تحديد مشكلة البحث تحديداً دقيقا.
- وضع التساؤلات من خلال الملاحظة المنظمة للمحتوى والمتغيرات الإعلامية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية الأخرى.
- المساهمة فى تصميم الاستمارة وجدولة الفئات...إلخ.

(جـ) تحديد نوع الاستمارة (يدوية أو آلية): هناك نوعان من الاستمارات المستخدمة فى تحليل المحتوى على النحو التالى:

- استمارة تحليل معدة للتفريغ الآلى (**مثل الاستمارات التى تستخدم فى تحليل الشائعات على مستوى الدولة أو رصد الهتافات والشعارات فى المظاهرات**).
- استمارة تحليل معدة للتفريغ اليدوى، وهى عادة كبيرة الحجم (وتصلح **لتحليل الشائعات فى نطاق محلى صغير**).

(د) إعداد استمارة التحليل فى صورتها الأولية: يمر إعداد استمارة التحليل فى صورتها الأولية بعدة خطوات أهمها:

- إعداد رؤوس الموضوعات التى سيشملها التحليل.
- كتابة الفئات التى تندرج تحت كل موضوع ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصياغية فى ذلك ، ومنها:

- **الشمول** : يجب أن تشمل استمارة التحليل كافة البيانات التى تحقق أهداف الدراسة وتفيد فى استخلاص النتائج وعقد المقارنات بما فى ذلك البيانات الكمية والملاحظة التى يرصدها الباحث.

- **الدقة** : إن الباحث ينبغى أن يعرف أن تصميم الاستمارة سيكون بمثابة المرجع الأساسى للمادة الاتصالية ، مما يلزمه بالدقة وأن يتحراها فى بيانات البرنامج الذى سيسجله ويدرسه.

- **الوضوح** : قد تفرض طبيعة الدراسة اختيار عدد من المعاونين الذى يجب أن تكون أدوات البحث - ومنها استمارة التحليل - واضحة ومفهومة لهم حتى يتسنى لهم رصد البيانات. وهنا تبدو أهمية عنصر يغفله البعض وهو إعداد **تعريف إجرائى** لكل فئات الاستمارة وخاصة فى مجال الشائعات والنكت والهتافات والشعارات.

(هـ) مراجعة استمارة التحليل منهجياً وعلمياً :يجب عرض استمارة تحليل المحتوى على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين على النحو التالى:

- **الخبراء المنهجيون :**

يفيد عـرض استمـارة تحليل المحتوى على الخبـراء المنهجيين فى تحقـيق عدة أهداف من أهمها :

- دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المحتوى.
- مـراجعة الجداول الهيكلـية للوقـوف على مـدى كفاءة الفئـات وكفايتـها فى تحقيق أهداف الدراسة.
- مراجعة رءوس الموضوعـات والفئات المندرجة تحتها ومـدى اتصالها بأهداف الدراسة.
- مراجعة صياغة الفئات والتأكد من وضوحها وشمولها ودقتها.
- مراجعة صياغة الفئات الفرعية المندرجة تحت فئات: ماذا قيل؟ كيف قيل؟ وتحت كل فئة منهما لاختيار الأنسب واستكمال النقص.

- **الخبراء العلميون :**

يفـيد عرض استمارة تحليل المحتـوى على مـجموعـة من الخبـراء العلمـيين فى مجال أو مجالات تخصصاتهم فى تحقيق أهداف الدراسة التحليلية ومنها :

- مراجعة المادة العلمية الواردة فى استمارة التحليل ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة التحليلية وكفايتها فى الرد على تساؤلاته.
- اكتـشاف مواطن الـضعف أو النقص فى المـوضوعات أو الفئـات الواردة فى استمارة تحليل المحتوى واستكمالها.

(و) **الاختـبار الـقبلى :** يجرى الاختبـار القبلـى للاستمـارة على عـينة صغـيرة ممثلة للعـينة الأصلية من الـصحف أو البرامج والمواد الإذاعـية والتليفزيونـية – خاصة فى عصر الفضائيات والإنترنت – للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثى.

ويفيد الاختبار القبلى فيما يلى:

- التعرف على مدى وضوح الفئات.
- التعرف على مدى قياس الفئة للشىء المطلوب قياسه.
- التعرف على مشكلات العمل الميدانى كانقطاع التيار الكهربائى، العطل المحتمل لجهاز التسجيل، وصعوبات حجز استديو وصعوبات إرسال الشائعات بالفاكس وصعوبة تصوير الشعارات أو تسجيل الهتافات فى المظاهرات... إلخ.
- التعرف على الزمن الذى يستغرقه العمل ومدى القدرة على الاستمرار فيه.
- إضافة فئات جديدة وإقفال بعض الفئات المفتوحة بعد حصر الاحتمالات.

(ز) إعداد استمارة التحليل فى شكلها النهائى : بعد الانتهاء من كافة الخطوات السابقة يتم مراجعة الاستمارة وإعدادها فى شكلها النهائى مع مراعاة:

- الشكل العام وحسن إخراج الاستمارة.
- الترميز.
- الحصول على بعض الموافقات إذا استلزم الأمر ذلك مثل اعتماد الاستمارة من الجهات الأعلى فى السلم الإدارى فى حالة استمارات تحليل الشائعات أو الهتافات أو الشعارات فى المظاهرات.
- طبع الأعداد الكافية من الاستمارات مع مراعاة تخصيص كمية لاختبار الثبات بين الباحث ونفسه وبين الباحث وعدد من المحللين بالإضافة إلى كمية إضافية لاحتمالات الخطأ فى ترتيب صفحات الاستمارات عند تجميعها.

٢/٦/٩ العامل الثانى: حسن اختيار العينة:

يهمنا فى هذا الصدد التأكيد على أن حسن اختيار عينة ممثلة للمجتمع الأصلى يتوقف على مراعاة أن العمل الإذاعى، مثلا يسير بنظام الدورات الإذاعية، ويفضل اختيار دورة أو أكثر حتى يمكن المقارنة وسحب عينة من هذه الدورات بأى أسلوب من الأساليب العلمية كالاقتراع المباشر أو التوزيع الطبقى أو العينة المنتظمة أو بناء فترة زمنية بطريقة الأسبوع الصناعى خلال دورة أو دورتين.

٣/٦/٩ العامل الثالث: الدقة فى العمل الميدانى (تسجيل المادة) :

١/٣/٦/٩ حسن اختيار المحللين وتدريبهم: تمثل المشكلة الرئيسية - فى تصورنا - التى تواجه دراسات تحليل المحتوى فى مجال بحوث الرأى العام فى **ندرة المحللين** وتدريبهم، ولذلك نسعد بجهود بعض الجهات **كالهيئة العامة للاستعلامات ومركز النيل للإعلام** والتعليم ووزارات **الإعلام: كوزارة الإعلام المصرية ووزارة الإعلام العمانية ومركز البحرين للبحوث والدراسات** فى تدريب الباحثين بها فى مجال تحليل المحتوى إذ يُعد المحلل الطرف الأول فى عملية التحليل التى تشمل أيضا: المادة المحللة، والاستمارة أداة التحليل.

وتظهر أهمية اختيار محللين أمناء على درجة عالية من الكفاءة حينما نعرف أن خطأ المحلل ينعكس على البحث كله حيث سيقدم بيانات غير دقيقة، وسينخفض معدل الثبات وخاصة إذا تعمد تزوير البيانات أو استبعد - بأسلوب غير مخطط - مفردة من مفردات العينة لعدم التمكن من تسجيلها أو فهمها أو قراءتها **كالشائعات التى تصل غير واضحة أحيانا إلى جهاز قياس الرأى العام لإرسالها بالفاكس...إلخ ،كما لاحظنا خلال عملنا فى هذا المجال..**

٢/٣/٦/٩ إجراء اختبار الثبات : المقصود بالثبات: قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أى مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية من الضرورى الحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل أو وقت التحليل.

باختصار تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين الآتيين:

- **الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل:** أى ضرورة توصل كل تحليل إلى النتائج نفسها عند تطبيق نفس الاستمارة على المضمون نفسه.
- **الاتساق الزمنى:** أى ضرورة توصل المحللين إلى النتائج نفسها على المضمون ذاته فى فترات مختلفة.

وتوجد معادلات عديدة لاختبار الثبات أهمها: معادلة هولستى ومعادلة سكوت كما يلى:

- **معادلة هولستى Holsti :**

$$\text{* معامل الثبات عند هولستى} = \frac{\text{٢ت}}{\text{ن١ + ن٢}}$$

حيث ت = عدد الحالات التي يتفق فيها المرمزان.

ن ١ = عدد الحالات التى رمزها المرمز رقم (١)

ن ٢ = عدد الحالات التى رمزها المرمز رقم (٢)

فإذا كان لدينا عشر حالات اتفق المرمزان فى ثمانى حالات واختلفا فى حالتين

$$\text{يكون الثبات} = \frac{\text{٢ (٨)}}{\text{١٠+١٠}} = \frac{\text{١٦}}{\text{٢٠}} = \text{٠,٨٠}$$

أى أن الباحثين يتفقان معاً بنسبة ٠,٨٠ .

* وتميز **معادلة هولستى** سهولتها، إلا أنه توجد معادلة أخرى أكثر دقة ومنهجية وهى: **معادلة سكوت** التى تأخذ فى الاعتبار عدد فئات التحليل، فالمعروف أن عدد الفئات يؤثر فى درجة الثبات إلى حد كبير فالاتفاق المتوقع فى

حالة فئتين فقط فرصته أكبر مما لو كان عدد الفئات أربع أو خمس فئات نظراً لأن فرصة الاتفاق بالمصادفة تقل كلما زاد عدد الفئات فى المتغير حيث تصل فرصة الاتفاق بالمصادفة عند ذى الفئتين إلى ٥٠٪ وتنخفض عند ذى الثلاث فئات فرصة الاتفاق بالمصادفة إلى ٣٣,٣٪ حتى تصل عند ذى الخمس فئات إلى ٢٠٪.

ويوضح المثال التالى قيام مرمزين اثنين بتحليل عشر مقالات (أى عشر وحدات تحليل، وكل واحدة يتم تصنيفها إلى واحدة من ثلاث فئات بهذه القيم :١ - مؤيد. ٢ - محايد. ٣- معترض. بحيث يكون لدينا جدول كما يلى:

المقالة رقم (وحدة التحليل)	المرمز (أ)	المرمز (ب)
١	١	٢
٢	٢	١
٣	١	٢
٤ *	٣	٢
٥	٢	١
٦ *	٢	٣
٧	٣	٣
٨	٣	٣
٩	٢	٢
١٠	١	١

فإذا اتـفق المرمزان فى ثمـانى حالات واختلفا فى حالتى المقـالة رقم ٤ والمقالة رقم ٦ حيث أعطياهما تصنيفين مختلفين يكون توزيع الفئات كما يلى:

الفئـات	التكرارات	٪
فئــــة مــــؤيــــد	٧	٣٥
فئــــة محــــايــــد	٨	٤٠
فئــــة معــــارض	٥	٢٥
المجــــمــــوع	٢٠	١٠٠٪

وبحساب معامل الثبات سكوت = (الاتفاق الناتج٪ – الاتفاق المتوقع٪) / (١ – ٪ الاتفاق المتوقع)

معامل ثبات سكوت = (٨٠٪ – ٣٤,٥٪) / (١ – ٣٤,٥٪) = ٦٩,٥٪

٤/٦/٩ الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها:

ينبغى الدقة فى تفريغ بيانات الاستمارات فى كشوف التفريغ، ووضع خطة للجداول المركبة، ومراعاة المجالات الجغرافية والزمنية أثناء التحليل، وكذلك المقارنة بين نتائج الدراسة وما سبقها من دراسات مع مراعاة أن يتضمن التقرير النهائى **فصلا عن مشكلة البحث ومنهجه** وتوصيف المادة المحللة ، ومن الأهمية عند عرض نتائج التحليل التى تمت معالجتها إحصائياً استخدام مقاييس الارتباط والانحدار بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية وتأثيرها على البيانات الإعلامية وخاصة إذا كانت هذه البيانات ذات دورات إعلامية موسمية. مع ملاحق تتضمن

الجداول التفصيلية وفريق البحث وقوائم المحكمين وصعوبات البحث وحدوده وما يثيره من بحوث مستقبلية ، ويراعى فى تفسير الشائعات والشعارات وهتافات المتظاهرين الأبعاد الجغرافيه والبشرية والزمنية والأمانة فى رصد كل ما وصل إلى جهاز قياس الرأى العام من شائعات ونكت وشعارات وهتافات وظواهر ، وتحليلها وعدم حذف شائعة أو نكتة أو ظاهرة لأى سبب من الأسباب.

ملخص الـوحـدة

يزداد استخدام تحليل المحتوى فى بحوث الرأى العام فى المجتمع المعاصر، ومن أهم الاستخدامات: تحليل الشائعات وأعمدة الرأى وبريد القراء المنشور وغير المنشور والشعارات والهتافات فى المظاهرات ورسائل ومكالمات المستمعين والمشاهدين حيال برامج الإذاعة والتليفزيون أو القضايا المثارة على المستويين المحلى والعالمى.

ومن هنا جاء الحرص فى هذه الوحدة على التعريف بتحليل المحتوى وتحديد استعمالاته المختلفة وشرح وحدات التحليل وهى: وحدة الكلمة، وحدة الموضوع والفكرة، وحدة المساحة والزمن، والوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية.

كما تعرضت هذه الوحدة لفئات **ماذا قيل؟**: فئة موضوع الاتصال، فئة اتجاه مضمون الاتصال، فئة القيم، فئة السمات، وفئة الجمهور المستهدف. كما تناولت فئات: **كيف قيل؟** : فئة شكل المادة الإعلامية، فئة اللغة المستخدمة، وفئة المساحة والزمن.

وتحدد هذه الوحدة الاعتبارات والشروط المهمة فى تحليل محتوى المواد الإعلامية المسموعة والمرئية بصفة عامة والموجهه للرأى العام بصفة خاصة.

وتذكر هذه الوحدة بالتفصيل العوامل الأربعة لنجاح تحليل المحتوى فى مجال بحوث الرأى العام وهى:

١- الدقه فى تصميم استمارة التحليل.

٢- الدقة فى اختيار العينه المناسبة.

٣- الدقة فى اختيار المحللين وتدريبهم.

٤- الدقة فى التفريغ والجدولة والتحليل والتفسير.

أسئلة الـوحـدة

أولاً- أسئلة المقال:

س١: عرف تحليل المحتوى وحدد مجالات استعماله فى بحوث الرأى العام.

س٢: حدد وحدات تحليل المحتوى التى ينبغى استخدامها فى تحليل الشائعات أو مقالات وأعمدة الرأى وبريد القراء.

س٣: ما هى أهم فئات ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ التى ينبغى استعمالها فى بحوث الرأى العام؟

س٤: تكلم عن عوامل نجاح استخدام تحليل المحتوى فى بحوث الرأى العام.

س٥: ما هى الاعتبارات والشروط التى ينبغى مراعاتها فى تحليل المواد الإذاعية والتليفزيونية الموجهة للرأى العام؟

س٦: اذكر معادلة إحصائية تستخدم لحساب الثبات فى بحوث تحليل المحتوى فى مجال الرأى العام.

س٧: من خلال اطلاعك على أعداد المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ؛ اختر البحوث التى اعتمدت على أداة تحليل المضمون ، موضحاً:

* أهداف البحث.
* وحدات تحليل المضمون المستخدمة.
* فئات تحليل المضمون المستخدمة.
* المعادلة الإحصائية المستخدمة لحساب الثبات.
* أهم النتائج التى توصل إليها هذا البحث.

ثانيا- الأسئلة الموضوعية :

س٨:أكمل العبارات الآتية :

(أ) تعد .... أصغر وحدة من الوحدات المستخدمة فى تحليل المحتوى.

(ب) تضم فئات الشكل عدة فئات فرعية هى ....، .... ، ....

(جـ) يستهدف التحليل المبدئى للمحتوى:

١-

٢-

٣-

٤-

٥-

(د) عند تحديد البيانات المطلوب جمعها لإعداد استمارة تحليل المحتوى يمكن الرجوع إلى :

١-

٢-

٣-

(هـ) تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة لبعدين هما :

١-

٢-

س٩ : ضع علامة (√) أو (×) أمام العبارات الآتية :

(أ) تشكل الرسالة أحد العناصر المهمة فى عملية الاتصال لأنها المضمون الذى يسعى القائم بالاتصال لتوصيله إلى الجمهور المستهدف . ( )

(ب) تعد قئة اتجاه مضمون الاتصال أكثر فئات تحليل المحتوى انتشاراً وهى الفئة التى تجيب عن سؤال رئيسى مؤداه علام تدور مادة الأشكال . ( )

(جـ) تتحقق الدقة فى تسجيل المادة المراد تحليلها بمراعاة القواعد والاعتبارات المنهجية فى تحديد وصياغة وحدات وفئات تحليل المحتوى . ( )

(د) استمارة تحليل المحتوى الآلية هى الاستمارة التى تستخدم فى تحليل الشائعات على مستوى الدولة أو رصد الهتافات والشعارات فى المظاهرات . ( )

(هـ) معادلة الثبات لهوستى = $\frac{\text{٣ ت}}{\text{ن١ + ن٢}}$

(و) الثبات هو قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها . ( )

نماذج الاجابة

جـ٩: (أ) √ (ب) × (جـ) ×

(د) √ (هـ) × (و) √

مراجع الـوحـدة

المصدران الرئيسيان لهذا الفصل:

(أ) محاضرات وتجارب المؤلف فى مجال رصد الرأى العام العُمانى بالعينة خلال السنوات العشر التى أمضاها مستشاراً للرأى العام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوزارة الإعلام العمانية .

(ب) كتب المؤلف الآتية:

- عاطف عدلى العبد. ***الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص ص١٣٧- ,١٥٨
- عاطف عدلى العبد. ***الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية***. (القاهرة: مطبعة الهانى، ١٩٨٩).
- عاطف عدلى العبد. ***بحوث الإعلام والرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية والإجرائية*** – طبعة تجريبية (القاهرة: دار الهانى للطباعة، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. ***بحوث المستمعين والمشاهدين فى الوطن العربى***. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. ***التجربة البحثية المصرية فى مجال الإذاعة والتليفزيون*** .(القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٠).
- عاطف عدلى العبد. ***تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأى العام*** .(القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٢).
- عاطف عدلى العبد. ***دراسات فى الإعلام العمانى***. ٤ مجلدات . (القاهرة : دار الفكر العربى، ١٩٩٥).

(ج) المراجع العربية:

- إبراهيم أبو لغد: ***البحث الاجتماعى*** (سرس الليان: مركز التربية الأساسية فى العالم العربى، ١٩٥٩) ص ,٢٤٥
- أحمد بدر: ***أصول البحث العلمى ومناهجه***. (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٨٢) ٥٥٢ص.
- جمال زكى: ***أسس البحث الاجتماعى***. تأليف: جمال زكى، السيد ياسين. (القاهرة : دار الفكر العربى ،١٩٦٢) ص ,٤٩٨
- چيهان رشتى: تحليل المضمون فى بحوث الإعلام. ***مذكرات بالرونيو***. (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٧٤).

- حسن محمد حسين. *البحث الإحصائى: أسلوبه وتحليل نتائجه.* ط١٠ (القاهرج: مكتبة النهضة المصرية، ١٩٦٥).
- حسين عبد الحميد أحمد. *العلم والبحث العلمى: دراسة فى مناهج العلوم* (الإسكندرية: المكتب الجامعى الحديث، ١٩٨٢).
- خليل صابات. *نحو منهج لتحليل الصحف للصحفيين.* (بمناسبة المؤتمر الثالث لاتحاد الصحفيين العرب).
- زكى عزمى. صليب روفائيل. *الأدوات والمفاهيم الإحصائية للمشتغلين فى العلوم الاجتماعية.* ط٢، (القاهرة: دار نهضة الشرق، ١٩٨٥).
- زكى عزمى. *الأساليب الإحصائية ودراسات الجدوى الاقتصادية.* (القاهرة ، مكتبة نهضة مصر، د.ت).
- زكى عزمى، صليب روفائيل. *الأسلوب الرياضى للمشتغلين فى مجال العلوم الاجتماعية* (القاهرة: دار النهضة العربية ، ١٩٨٢).
- زيدان عبد الباقى. *قواعد البحث الاجتماعى* ط,٣ (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٠).
- سعد عبد الرحمن. *أسس القياس النفسى الاجتماعى.* (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٦٧).
- سمير محمد حسين. *بحوث الإعلام*، *مرجع سابق*، ص ص٢٢٧- , ٢٧٥
- سمير محمد حسين. *تحليل المضمون*: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته، استخداماته الأساسية، وحداته وفئاته، جوانبه المنهجية وتطبيقاته الإعلامية، ارتباطه ببحوث الإعلام والدعاية والرأى العام ، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٣).
- سيد عويس. *من ملامح المجتمع المصرى المعاصر: ظاهرة إرسال الرسائل إلى ضريح الإمام الشافعى* (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٦٥).
- السيد محمد خيرى. *الإحصاء فى البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية* ،ط٤ (القاهرة: دار النهضة) .
- السيد ياسين. *تحليل مضمون الفكر القومى العربى: دراسة استطلاعية* (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٠).
- صليب روفائيل. *مبادئ علم الإحصاء.* (القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ١٩٨٣).
- صفوت فرج. *القياس النفسى.* (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٠).
- عاطف عدلى العبد. *الببليوجرافية الشارحة لبحوث المستمعين والمشاهدين*، (باريس: اليونسكو ١٩٨٢).

- عاطف عدلى العبد: ***بحوث المستمعين والمشاهدين فى الوطن العربى***. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٨).
- فؤاد البهى السيد. ***تحليل المحتوى لصحيفة منار المغرب***. (القاهرة: دار التأليف، د.ت).
- محمد عبد الحميد: ***تحليل المحتوى فى بحوث الإعلام***. ***مرجع سابق***.
- محمد الوفائى. ***مرجع سابق***. ص ص١٤٣- ,١٦٣
- مصر: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية. ***الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام فى مصر ١٣-١٦ ديسمبر ١٩٨٠: مساهمة العلوم الاجتماعية فى تطوير الإعلام - التقرير النهائى***. (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٠).
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. ***اجتماع خبراء بحوث الإعلام فى الوطن العربى بالقاهرة ٢٥-٢٨ ديسمبر ١٩٧٨: التقرير النهائى والتوصيات***. (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ,١٩٨٨
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. ***بحوث الإعلام فى الوطن العربى***، (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ١٩٨٠).

(د) المراجع الأجنبية:

- Bersison Aernard. ***Content Analysis in Communication Ressearch*** (New York, Hafner Publishing Company, 1971).
- Budd. Richard, W., et al. ***Content Analysis of Communication***. (New York ,the Macmillan Company, 1967).
- Corney, Thomas, F. ***Content Analysis: A Technique for Systematic Interence***., (Canada, University of of Manitoba Press, 1972).
- Gerbner, Geoge, et al. ***The Analysis of Communication Content: Development in scientific and Computer techniques***. (New York, John Willy & Sons, 1969).
- Holsti, Ole, R. ***Content Anaylsis for the Social Science and Humanities.*** Canada, Addision - Wesley Publishing Company 1969).

الوحدة العاشرة
الاستقصاء وعوامل نجاحه فى استطلاعات وبحوث الرأى العام

الأهداف:

فى نهاية هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يذكر العوامل الأربعة لنجاح الدراسة الميدانية .

٢ـ يرتب المراحل السبعة المتبعة فى إعداد صحيفة الاستقصاء ترتيباً منطقياً.

٣ـ يذكر المصادر التى ينبغى على الباحث الرجوع إليها عند تحديد البيانات المطلوب جمعها باستخدام صحيفة الاستقصاء .

٤ـ يذكر خطوات إعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها الأولية .

٥ـ يشرح أنواع الأسئلة التى تتضمنها صحائف استقصاء الرأى العام من حيث الشكل والمضمون وميزات وعيوب كل منها .

٦ـ يعدد الاعتبارات التى يجب الأخذ بها عند صياغة أسئلة صحائف الاستقصاء فى استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٧ـ يذكر الاعتبارات التى يجب الأخذ بها عند صياغة أسئلة استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٨ ـ يحدد العوامل التى تساعد على تحقيق الدقة فى العمل الميدانى فى مجالات استطلاعات وبحوث الرأى العام .

٩ـ يعدد المشكلات التى تواجه الدراسة الميدانية فيما يتصل بالباحث الميدانى .

١٠ـ يعد صحيفة استقصاء وذلك من خلال الاطلاع على المجلة المصرية لبحوث الرأى العام .

العناصر:

١٠/١ عوامل نجاح الدراسة الميدانية :

١٠/١/١ الدقة فى تصميم صحيفة الدراسة الميدانية :

١٠/١/١/١ مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء :

١٠/١/١/١/١ تحديد أهداف الدراسة الميدانية.

١٠/١/١/١/٢ تحديد البيانات المطلوب جمعها.

١٠/١/١/١/٣ تحديد نوع صحيفة الدراسة الميدانية.

١٠/١/١/١/٤ إعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها الأولية.

١٠/١/١/١/٥ مراجعة الصحيفة منهجياً وعلمياً.

١٠/١/١/١/٦ الاختبار القبلى.

١٠/١/١/١/٧ إعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها النهائية.

١٠/١/١/٢ بعض الاعتبارات المهمة فى صياغة أسئلة صحائف الاستقصاء فى استطلاعات وبحوث الرأى العام :

١٠/١/١/٢/١ أنواع الأسئلة .

١٠/١/١/٢/٢ اعتبارات مهمة فى صياغة أسئلة استطلاعات وبحوث الرأى العام .

١٠/١/٢ حسن اختيار العينة

١٠/١/٣ الدقة فى العمل الميدانى لبحوث الرأى العام :

١٠/١/٣/١ حسن اختيار الباحثين الميدانيين وتدريبهم :

١٠/١/٣/١/١ أهم المشكلات التى تواجه الدراسة الميدانية فيما يتصل بالباحث الميدانى .

١٠/١/٣/٢ الاتصال بالميدان وتهيئة الرأى العام .

١٠/١/٣/٣ المراجعة النهائية.

١٠/١/٣/٤ المراجعة المكتبية.

١٠/١/٣/٥ اختبارا الثبات والصدق.

١٠/١/٤ الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها وتفسيرها وتحليلها .

المفاهيم المتضمنة :

- صحائف الدراسة الميدانية

الوحدة العاشرة
الاستقصاء وعوامل نجاحه فى استطلاعات وبحوث الرأى العام(×)

مقدمــة :

تعتبـر الدراسة المـيدانيـة من أهـم الدراسات التى تجـرى فــى مجال قياس الرأى العام، ويمكن إجراء الدراسة الميدانية فـى مجـال الرأى العام بعـدة أسـاليـب منـهـا: استخدام صحيفـة استقصـاء بالمقـابلة أو استخدام صحيفـة استقصـاء تسلم باليد للمبحوث أو ترسل إليه بالبريد العادى أو البريد الإلكترونى عبر الإنترنت.

١/١٠ عوامل نجاح الدراسة الميدانية:

ويشـترط توافــر أربعـة عوامل أساسية لـنجاح الدراسة الميدانـية بصفة عامة – أياً كان نوعهـا فـى مجـال استطلاعات وبحــوث الرأى العام سواء أكـانت بصحيفة استقصاء بالمقابلة أم بريدية – على النحو الآتى:

١/١/١٠ الدقة فى تصميم صحيفة الدراسة الميدانية:

تتحقق الـدقة فـى تصـميم صحيفـة الدراسـة الميدانـية بمراعـاة كل من القـواعد المنهجية فى **مراحل إعداد الصحيفـة، وبعض الاعتبـارات المهمة فـى صياغـة أسئلة الصحيفة** على النحو التالى:

١/١/١/١٠ مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء:

يمر تصميم صحيفة الاستقصاء لقياس الرأى العام بسبع مراحل هى:

١٠/١/١/١/١ تحديد أهداف الدراسة الميدانية: تتمثـل المرحـلة الأولى من مـراحل تصمـيم صحيفـة الاستقصـاء المستخدمة فـى قياس الـرأى العام فـى تحديد أهداف الدراسة بوضوح ودقة، لأنه إذا كان الغرض غامضاً جاءت الصحـيفـة أيضـاً غامضـة. ويضع **ليندبرج قـاعدة تقـول:** لا تحاول أن تُعـد صحـيفـة قبل أن تلخـص غـرض الاستـطـلاع وتختار العينة المناسبة لتحقيقه.

١٠/١/١/١/٢ تحديد البـيانـات المطلوب جمعهـا: يعتبـر تحـديد البـيانـات المطلوب جمعها الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة، ومن أهم الأساليب المفيدة فى هذه المرحلة **إعداد الجداول الخيالـية**، وإدخال أرقـام صورية فـيها، **وتفـيد هذه الجداول فى النواحى الآتية:**

* تحديد البيانات المطلوب جمعها تحديداً دقيقاً.
* تحديد طرق معالجة هذه البيانات.
* تحـديد مدى فائدة البـيانات فى تحقـيق أهداف الدراسة وحذف الأسئلة التى لا تفيد فى تحقيقها.

وهنـاك قـاعـدة يـنبغـى الانـتبـاه إلـى أهمـيتهـا وهـى: ألا تـتضـمن صحـيفـة الاسـتقصاء بنداً لا يكون لـدى الباحث أو جهاز قياس الـرأى العام فكرة واضحة عن إسهـامه فى تحقـيق أهداف الاسـتطلاع ، حيث يساعـد تحديد الأهداف بـوضوح ودقة فى تحديد البيانات المطلوب جمعها.

ـ ويمكن أثناء تحديد البـيانات التى تتضمنها صحيفة استطلاع وبحوث الرأى العام الرجوع إلى ما يلى:

* التـراث العلمـى والصحـائف التـى سبق إعـدادها فـى بحوث مماثلة لمـراجعة أسئلـتها وتحـسين مـا قد يتـراءى تحسـينه منهـا أو إعادة صيـاغته لـيخدم أغـراض الدراسة.

* جمع الآراء المتصلة بالموضوع فى وسائل الإعلام من خلال الرجوع إلى ملفات الموضوع بأقسام المعلومات الصحفية وعبر شبكة الإنترنت.

* تحليل الأمثلة المثيرة للاستبصار.

* الرجوع إلى الخبراء والمتخصصين فى مجال الاستطلاع.

* إجراء دراسة استطلاعية إذا كان المدى الزمنى المحدد للدراسة يسمح بإجرائها، ولاسيما أن النوع الأول من مسوح الرأى العام يسعى إلى التعرف الفورى والسريع على اتجاهات الرأى العام.

٣/١/١/١/١٠ تحديد نوع صحيفة الدراسة الميدانية: هناك نوعان من صحائف الدراسة الميدانية فى مجال قياس الرأى العام هما:

صحيفة الاستقصاء التى ترسل بالبريد العادى أو الإلكترونى عبر الإنترنت أو تسلم باليد للمبحوث الذى يقوم بالرد على الأسئلة كتابة بنفسه، وهناك صحائف المقابلة التى يقوم فيها الباحث بتوجيه الأسئلة للمبحوث وتسجيل إجاباته، **ولكل نوع منهما ميزاته وعيوبه كما يلى:**

(أ) تتميز صحائف الاستقصاء التى يملأ المبحوث بياناتها بنفسه بأنها أقل وسائل الدراسة الميدانية فى مجال استطلاع الرأى العام تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال، ويمكن بها الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد، وتوفر ظروف التقنين أكثر من أى وسيلة أخرى، وذلك بالتقنين فى الألفاظ وترتيب الأسئلة، كما يمكن بها الحصول على بيانات قد يصعب الحصول عليها بوسائل أخرى حينما تحتم طبيعة الاستطلاع توجيه أسئلة قد يتردد الفرد فى الإجابة عنها بصراحة، كما توفر وقتاً للمبحوث للإجابة عن الأسئلة أكثر مما لو سئل وطلب الإجابة مباشرة عقب توجيه السؤال.

وتتمثل أهم عيوب هذا النوع فى عدم إمكانية استخدامها مع الذين لا

يعرفون القراءة والكتابة مما قد يؤثر على طبيعة العينة وتركيبها **حيث أثبتت بعض الدراسات أن النتائج التى نحصل عليها من تحليل النتائج الأولية لصحائف الاستقصاء بعد ملئها بواسطة فئة محددة من العينة تختلف عن النتائج النهائية بعد ملء الصحائف من العينة كلها**، كما يفقد الباحث اتصاله الشخصى بعينة الدراسة أو الاستطلاع مما يحرمه من معرفة ردود الفعل واستجابات المبحوثين على أسئلة الدراسة أو الاستطلاع، كما تحمل كثير من المصطلحات والكلمات أكثر من معنى لمختلف فئات الرأى العام مما يقلل من قيمة الاستطلاع لعدم وجود الفرصة للتأكد من فهم المبحوث للسؤال أو المصطلحات الواردة بالاستطلاع.

(ب) وتتميز صحائف الاستقصاء بالمقابلة بجمع البيانات من المبحوث وجهاً لوجه مما يمكن الباحث من معرفة صورة النفس البشرية: مستعرضة ومتعمقة واستقصاء الموضوعات غير المعروفة والتى نجهل جوانبها المهمة، كما تعتبر المقابلة إحدى الوسائل المهمة لتحليل ما بداخل الإنسان ومعرفة ما يبطن من أمور، وتشرح ما يكون غامضاً من الأسئلة وتكشف التناقض فى الإجابات مما يمكن من الحكم على مدى صدق الإجابات أكثر مما يحدث فى الاستقصاء البريدى أو بالهاتف أو عبر الإنترنت.

وتتمثل أهم عيوب هذا النوع من صحائف الدراسة أو الاستطلاع فى احتياجها إلى وقت أطول، وجهد أكبر، وباحثين مدربين أمناء أكثر.

٤/١/١/١/١٠ إعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها الأولية: يمر إعداد صحيفة استقصاء الرأى العام فى صورتها الأولية بعدة خطوات من أهمها:

* إعداد رؤوس الموضوعات التى ستشملها الصحيفة بالاسترشاد بأهداف الدراسة أو الاستطلاع.
* كتابة الأسئلة التى تندرج تحت كل موضوع من موضوعات الصحيفة ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصياغية فى لغة هذه الأسئلة – كما سيرد فيما بعد – عند تناولنا هذه الأسئلة وأنواعها من حيث الشكل والمضمون

والاعتبارات المهمة التى ينبغى مراعاتها فى صياغتها.

١٠/١/١/١/٥ مراجعة الصحيفة منهجياً وعلمياً:يجب عرض صحيفة الاستقصاء فى مجال قياس الرأى العام على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين والممارسين على النحو التالى:

(أ) يفيد عرض الصحيفة على مجموعة من **الخبراء المنهجيين** فى تحقيق عدة أهداف من أهمها:

* دراسة الشكل العام لتكوين صحيفة الاستقصاء.
* مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاية الأسئلة فى تحقيق أهداف الدراسة أو الاستطلاع.
* مراجعة ترتيب الأسئلة وتسلسلها المنطقى والسيكولوچى من وجهة نظر المبحوث.
* مراجعة صياغة الأسئلة والتأكد من وضوحها.
* مراجعة الإجابات المحددة كبدائل لاختيار أنسبها واستكمال الناقص منها.

(ب) ويفيد عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من **الخبراء الممارسين والمتخصصين فى المجال العلمى لموضوع الاستطلاع** فى تحقيق عدة أهداف من أهمها:

* مراجعة المادة العلمية الواردة فى الصحيفة ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة أو الاستطلاع ومدى كفايتها فى الإجابة عن تساؤلاتها من وجهة نظر المتخصصين والممارسين.
* اكتشاف مواطن الضعف أو النقص فى الموضوعات الواردة فى الصحيفة واستكمالها.

١٠/١/١/١/٦ الاختبار القبلى Pre-Test :يجرى الاختبار القبلى للصحيفة على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل

البحثى، ويفيد الاختبار القبلى فى تحقيق ما يلى:

* التعرف على مدى وضوح الأسئلة.
* التعرف على مدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسه.
* التعرف على الأسئلة التى قد تسبب حرجاً للمبحوث أو يحاول التهرب من الإجابة عنها، وذلك لإعادة النظر فيها سواء بحذفها أو إعادة صياغتها.
* التعرف على مشكلات العمل الميدانى.
* التعرف على معدل الاستجابة.
* التعرف على الزمن الذى يستغرقه ملء الصحيفة الواحدة.
* إقفال بعض الأسئلة المفتوحة بعد حصر الاحتمالات المختلفة للإجابة.

وجدير بالذكر أنه إذا اقتضت نتائج الاختبار القبلى تغيرات جوهرية فى الصحيفة، وجب إجراء اختبار ثان، وقد تتكرر هذه الاختبارات ثلاث أو أربع مرات- إذا سمحت طبيعة الدراسة أو الاستطلاع - قبل الاستقرار على الوضع النهائى الأنسب للصحيفة.

٧/١/١/١/١٠ إعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها النهائية: بعد الانتهاء من الخطوات السابقة تتم مراجعة صحيفة الاستقصاء مراجعة نهائية من حيث الشكل العام وترميزها والحصول على موافقة بعض الجهات المنوط بها إعطاء هذه الموافقات.

ومن أمثلة هذه الجهات فى مصر - على سبيل المثال - **الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء**، الذى يعد من أهم الجهات التى ينبغى الحصول على موافقتها وفقاً لطبيعة الدراسة، ويتم **ذلك قبل طباعة الاستمارات** للتطبيق الميدانى، إذ ينبغى أن تكون مختومة بخاتم الجهاز.

وجدير بالذكر أن الاتجاه المفضل الآن فى مجال استطلاعات الرأى العام ترميز

صحيفة الاستقصاء عند إعدادها. وينبغى التفرقة بين نوعين من الأسئلة عند الترميز وهى **الأسئلة المغلقة** التى تعرف احتمالات إجاباتها سلفاً والتى يجب أن ترمز فى مرحلة إعداد الصحيفة ، أما الأسئلة المفتوحة فترمز عادة بعد انتهاء العمل الميدانى.

وينبغى إعداد دليل ترميز لكل أسئلة الصحيفة بتحديد رقم العمود أو أرقام الأعمدة التى ستخصص لكل سؤال فى كشوف التفريغ ، **والقاعدة أن السؤال الذى لا يحتمل إلا إجابة واحدة يخصص له عمود واحد ، أما السؤال الذى يحتمل أكثر من إجابة فيخصص لكل إجابة محتملة عمود قائم بذاته.**

١٠/١/١/٢ بعض الاعتبارات المهمة فى صياغة أسئلة صحائف الاستقصاء فى استطلاعات وبحوث الرأى العام:

١٠/١/١/٢/١ أنواع الأسئلة: تنقسم أسئلة صحيفة الاستقصاء فى استطلاعات وبحوث الرأى العام من حيث الشكل والمضمون إلى ما يلى:

(أ) الأسئلة من حيث الشكل:

تنقسم أسئلة صحيفة الاستقصاء فى استطلاعات وبحوث الرأى العام من حيث الشكل إلى **ثلاثة أنواع** هى: الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة والأسئلة نصف المغلقه والتى تتضمن فئة إجابة أخرى تذكر على النحو التالى:

١ الأسئلة المغلقة:

وهى الأسئلة التى تدرج معها إجابات محددة كبدائل للاختيار منها.

وتتعدد البدائل فقد تكون البدائل **نعم** أو **لا** مثل السؤال الآتى:

س: **هل سمعت إذاعة سوا Sawa الأمريكية الموجهة باللغة العربية أمس؟**

* نعم

* لا

– وقد تكون البدائل فى صورة درجات للموافقة أو الاعتراض مثل السؤال

الآتى:

س: ما رأيك فى بدء برنامج صباح الخير يا مصر فى الثامنة صباحاً كل يوم؟

* أوافق.
* أوافق إلى حد ما (أو أوافق بشروط تذكر ....).
* لا أوافق.
* لا رأى لى.

- وقد تكون البدائل فى صورة مجموعة من الإجابات يختار المبحوث واحدة أو أكثر منها على النحو التالى:

س: ما هى المواد والبرامج التى تشاهدها فى القناة الفضائية المصرية الأولى عادة مما يلى:

* المسلسلات العربية
* الأفلام العربية
* المسرحيات العربية
* الأفلام الأجنبية
* الأغانى المصورة
* المواد الدينية
* المواد الإخبارية
* المواد الثقافية
* البرامج التعليمية
* البرامج الصحية
* الإعلانات
* برامج المرأة
* برامج الشباب
* برامج الأطفال
* برامج العمال
* برامج ومواد أخرى تذكر...

\ الأسئلة المفتوحة:

وهى الأسئلة التى تسمح بإجابة حرة من المبحوث كما يترا ءى له، وفى مجال

قياس الرأى العام ينبغى على الباحث تسجيل الإجابة كما يذكرها المبحوث حرفياً، ومن نماذج الأسئلة المفتوحة النهاية من واقع استطلاعات سابقة للرأى العام ما يلى:

س: إذا تعرضت الإذاعة المحلية لمشكلة خاصة ببلدكم ، تفتكر مين عندكم يقدر يعرضها كويس؟

....

....

س: ما هى اقتراحاتك لتحسين الخدمة التليفزيونية علشان نوصلها للمسئولين فى التليفزيون؟

....

....

وتتميز **الأسئلة المغلقة بعدة ميزات من أهمها:** يمكن تفريغها وتحليلها بأقل جهد وتكلفة، وتمكن الباحث أو هيئة الاستطلاع من التأكد أن الإجابات لن تخرج عن الإطار المرجعى المحدد لاحتمالات الإجابة ؛ فعلى سبيل المثال فى استطلاع يجرى للتعرف على عادات وأنماط التعرض للسينما يمكن للمبحوث أن يجيب عن عدد مرات ذهابه إلى السينما: **مش كتير أو كلما سمحت الظروف**، بينما تحديد البدائل فى: نعم وأحياناً ونادراً ولا ، يحدد الإجابة أكثر من هذه الإجابات العائمة، كما أن الباحث إذا كان يريد إجابة رقمية فإن هذه الإجابة: (مش كتير) أو (كلما سمحت الظروف) لن تفيد.

أما أهم **عيوب الأسئلة المغلقة** فتتمثل فى: أنها تفرض توجيهاً معيناً على إجابات المبحوثين من ناحية، وقد لا يجد المبحوث إجابته بين الاحتمالات المطروحة من ناحية أخرى.

وتتميز **الأسئلة المفتوحة النهاية** بإتاحة الفرصة أمام المبحوث للتعبير عن آرائه دون إرغامه على الاختيار من بين البدائل حيث يفضل المبحوثون الإجابة بأحد البدائل عن: إجابه أخرى تذكر التى تتطلب منهم جهداً إضافياً فى تحديدها أو:

بديل: لا أعرف أو: لا رأى لى.

وتناسب هذه النوعية من الأسئلة استطلاعات الرأى العام التى تجرى لأول مرة حيث لا توجد معرفة بالإجابات المحتملة، وكذلك حينما يكون موضوع الاستطلاع معقداً وأبعاده غير محددة ، ونفضل الأسئلة نصف المغلقة كنوع ثالث يتيح للمبحوث فرصة لعدم الكذب.

وتتمثل أهم **عيوب الأسئلة المفتوحة** فى صعوبة تجهيز بياناتها وارتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال.

(ب) أنواع الأسئلة من حيث المضمون:

حددت مؤسسة جالوب أسئلة استطلاعات وبحوث الرأى العام فى أربع عشرة مجموعة على النحو التالى:

١- أسئلة تتعلق **بالأشخاص** المرشحين للمجالس النيابية أو قيادة العمال أو غيرهم.

٢- أسئلة تتعلق **بالحقائق** وهذه تغطى أشياء كثيرة كالعادات الشخصية أو المعلومات التاريخية وغيرها.

٣- أسئلة تتطلب **تقييم** نتائج السياسات العامة والأعمال الحكومية والاتجاهات والتطورات المختلفة.

٤- أسئلة تتعلق **بالتشريعات** المقترحة، وكذلك الوسائل المطروحة لعلاج المشاكل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

٥- أسئلة تتطلب **تقييم المؤسسات** الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والصحافة واتحادات العمال وغيرها.

٦- أسئلة تتطلب **التنبؤات** والتوقعات المتصلة بالأحداث أو التطورات القائمة.

٧- أسئلة تتعلق **بالأهمية النسبية للأشياء** مثل التى تثار أثناء الحملات

الانتخابية والأفضليات فى الأهداف.

٨- الأسئلة التى تتعلق **بالأخلاق والقيم**: كالعدالة والصواب والخطأ.

٩- أسئلة **معلومات**.

١٠- أسئلة تتعلق بما ينبغى عمله.

١١- أسئلة تتعلق **بمعنى الافتراضات والنظريات**.

١٢- أسئلة تتعلق **بمعنى الكلمات ودلالة الأشياء**.

١٣- أسئلة تتعلق **بأسس وركائز الافتراضات والنظريات**.

١٤- أسئلة تتعلق **بتقييم الحوادث والإجراءات**.

وتشير الدراسات العلمية إلى **أن هناك سبعة أنواع على الأقل من بين قائمة الأسئلة السابقة**، يمكن أن تعطى الإجابة عنها من قبل الجمهور دلالات وإشارات ذات قيمة من غير شك، ولكنها لا تعطى إجابات كتلك التى يمكن الحصول عليها من مصادر متخصصة وهى **أسئلة**: التعاريف، والمعلومات والتنبؤات، والافتراضات، واتخاذ القرارات، والسياسات الجديدة ووسائل العلاج والإجراءات، والأسئلة المتعلقة بأسباب الأشياء.

وهناك أنواع من هذه الأسئلة لا تصلح فى استطلاعات الرأى العام فى الدول النامية، فبعض هذه الأسئلة لا يؤدى إلى نتيجة مباشرة يمكن اكتشاف اتجاهات الرأى العام منها. ومن أمثلة ذلك الأسئلة الخاصة بالمعلومات أو تحديد المفاهيم أو معانى الكلمات، والبعض الآخر لا يصلح نتيجة لسعيه للحصول على تقييم لمسائل فنية أو علمية **ليس الرأى العام هو أصلح من يجيب عليها**، وبصفة عامة فإن الأسئلة التى تتناول معلومات علمية أو تقييمها لا تفيد كثيراً فى معرفة الرأى العام وإن كان من الممكن اللجوء إليها فى بعض الأحيان لسبب أو آخر، ولا سيما أن الرأى العام يميل فى تفكيره بدرجة واضحة إلى التفكير المباشر وليس إلى التجريد أو التفكير البعيد، فمن السهل أن تحصل من الرأى العام على تقييم

للأشخاص أكثر دقة مما تحصل منه على تقييمه للأحداث، وأكثر موضوعية من تقييمه للمؤسسات.

ـ ويمكن تقسيم أسئلة استطلاعات وبحوث الرأى العام من حيث المضمون إلى أربعة أنواع على النحو التالى:

\ أسئلة الحقائق:

والمقصود بها نوع المعلومات المطلوبة وليس صدق الإجابة ودقتها، فالسؤال قد يكون من أسئلة الحقائق وتكون إجابته غير حقيقية. ويهدف هذا النوع من الأسئلة إلى التأكد من حقائق معينة عن الفرد مثل: السن، النوع، منطقة الإقامة، الحالة الاجتماعية ومدى امتلاك بعض الأجهزة وأنواعها... إلخ.

\ أسئلة الرأى:

وتعتبر **أسئلة الرأى ركيزة قياسات الرأى العام**، ومن أمثلة أسئلة الرأى التى سبق لنا استخدامها فى استطلاعات سابقة للرأى العام ما يلى:

س: **هل توافق على تعليم البنت؟**

* يوافق

* يوافق بشروط تذكر: ....

* لا يوافق.

ومن أهم **سمات هذه النوعية من الأسئلة** أن الإجابة عنها تحتاج إلى تفكير، ولا توجد إجابة صحيحة واحدة عن هذا السؤال كما فى أسئلة الحقائق، كما لا يمكن التأكد من صحتها **بمحكات** صدق خارجية كأسئلة الحقائق، كما أن **إجابات أسئلة الرأى أكثر حساسية لأسلوب الصياغة والتركيز والتتابع ، فالسؤال الواحد الذى يوجه بأكثر من صياغة لا يأتى بنفس الرأى.**

*** أسئلة الدوافع:**

وتستهدف هذه النوعية من الأسئلة **التعرف على الأسباب** والتوصل إلى ما هو أعمق من مجرد الوصف الظاهرى للسلوك بالتعرف على دوافعه. وعادة تبدأ هذه

الأسئلة بـ: لماذا ؟ أو: ليه؟ وتكون الدوافع غير واضحة فى كثير من الحالات أو لا يرغب المبحوث فى الإفصاح عنها مما يدفع إلى استخدام الأسئلة غير المباشرة، ومن أسئلة الدوافع التى سبق لنا استخدامها فى استطلاعات سابقة للرأى العام:

س: وليه بتوافق على تعليم البنت؟

* تعليم البنت بينورها.
* لكى تعمل.
* يضمن لها مستقبل أفضل.
* أخرى تذكر ....

س: وليه مش موافق على تعليم البنت؟

* تعليم الذكور أهم.
* التقاليد لا تسمح.
* البنت مصيرها الزواج.
* لا توجد مدارس قريبة.
* حتى لا تخرج من المنزل.
* تعليم البنت حرام.
* سبب آخر يذكر ....

\ الأسئلة المعرفية:

توجد مقولة أساسية من مقولات الرأى العام وهى **أن من لا معلومات عنده، لا رأى سديد له**، وتستهدف هذه النوعية من الأسئلة **قياس معلومات المبحوثين عن موضوعات معينة وتأخذ الأسئلة المعرفية عدة صور منها ما يلى:**

** **أسئلة معلومات مباشرة:** ومن أمثلة الأسئلة التى سبق لنا استخدامها فى استطلاعات سابقة للرأى العام السؤال الآتى:

س: طيب ممكن تقول لى معلوماتك عن اللى ح اسألك عنه:

* مين الممثل اللى أخذ السنة دى دكتوراة فخرية؟

* فيه وزيرة فى الوزارة اسمها إيه؟

* قوللى بلدين على قناة السويس؟

* * **أسئلة معلومات غير مباشرة** بعرض صور على المبحوثين. ومن أمثلة الأسئلة التى سبق لنا استخدامها فى استطلاعات رأى عام سابقة السؤال الآتى:

س: ح اعرض عليك شوية صور وعايزاك تقولى كل واحدة تبقى صورة مين:

الصورة الأولى:

الصورة الثانية:

الصورة الثالثة:

الصورة الرابعة: وهكذا (راجع كتابنا: علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال الصادر عن الهيئة المصرية العامة للكتاب).

حيث يعرض الباحث الصور المعطاة له على المبحوث صورة صورة للتعرف على اسم صاحب الصورة ويسجل إجابة المبحوث: عرف أو لم يعرف أمام العمود المخصص لكل منهما فى صحيفة الاستطلاع.

ومن الصور التى سبق لنا استخدامها:

- صور عرائس تظهر فى برامج الأطفال.
- الإشارة المميزة لكل قناة من القنوات التليفزيونية الفضائية.
- صور بعض الشخصيات أو الأماكن العامة.
- صور منتجات معينة (راجع كتابنا: برامج الأطفال التليفزيونية الصادر عن دار الفكر العربى).

١٠/١/١/٢/٢ اعتبارات مهمة فى صياغة أسئلة استطلاعات وبحوث الرأى العام: لا بديل عن السؤال كأداة لجمع بيانات الدراسات الميدانية فى استطلاعات وبحوث الرأى العام باستخدام صحائف الاستقصاء، وهناك مجموعة من الاعتبارات الأساسية التى ينبغى مراعاتها فى صياغة السؤال ، من أهمها ما يلى:

* تحديد السؤال تحديدا دقيقا ومراعاة الإطار المرجعى للمبحوث.
* مراعاة المستوى اللغوى للمبحوث وصياغة الأسئلة من كلمات الاستعمال اليومى.
* الاكتفاء بفكرة واحدة فى السؤال بحيث لا يجمع السؤال بين سؤالين فرعيين مما يشتت ذهن المبحوث.
* تفادى استخدام الكلمات والجمل الغامضة التى يفهمها الناس فهما مختلفا مما يؤثر على صحة الإجابة.
* تفادى الأسئلة الإيحائية التى يشعر منها المبحوث أن الباحث يريد أن يحصل على إجابات معينة.
* تفادى الأسئلة التخمينية والفرضية والمحرجة.
* تجنب الأسئلة التى تحتوى على بعض الموضوعات الشخصية.
* مراعاة المنطق فى ترتيب الأسئلة وتسلسلها ومراعاة التتابع الزمنى والموضوعى للأحداث التى تتضمنها صحيفة الاستطلاع.
* إرجاء أسئلة البيانات الشخصية إلى آخر صحيفة الاستطلاع.
* إضافة مجموعة من الأسئلة التأكيديه لقياس صدق المبحوث.
* إضافة أسئلة التصفية التى تستهدف التعرف منذ البداية على قدرة المبحوث على الإجابة عن أسئلة الاستطلاع ودرجة إلمامه بها.

* استخدام الأسئلة غير المباشرة.

* إتاحة الفرصة للمبحوث فى عدم ذكر رأيه فى بعض الأسئلة تجنبا لدفعه إلى الكذب أو التحريف أو التخمين.

٢/١/١٠ حسن اختيار العينة :

إن العامل الثانى من عوامل نجاح أى دراسة ميدانية فى مجال قياس الرأى العام هو: حسن اختيار العينة ـ وخصصنا الوحدة السادسة لشرح العينات وأنواعها كأحد عوامل نجاح الدراسة الميدانية فى مجال استطلاعات وبحوث الرأى العام.

٣/١/١٠ الدقة فى العمل الميدانى لبحوث الرأى العام :

توجد مجموعة من العوامل التى تساعد على تحقيق الدقة فى العمل الميدانى فى مجال استطلاعات وبحوث الرأى العام من أهمها:

١/٣/١/١٠ حسن اختيار الباحثين الميدانيين وتدريبهم : تتمثل المشكلة الرئيسية التى تواجه البحوث الميدانية فى مجال الرأى العام فى ندرة الباحثين الميدانيين الأمناء المدربين، ولذلك يحسن أى جهاز لقياس الرأى العام أن يبدأ بإعداد الباحثين وعقد الدورات التدريبية لهم فى مجال الرأى العام وطرق قياسه، **فالباحث الميدانى هو الطرف الثالث فى الدراسة الميدانية بعد المبحوث والسؤال.**

إن المشكلات الخاصة بالباحث الميدانى متعددة وتظهر خطورتها إذا عرفنا أن خطأ الباحث الميدانى ينعكس على كل الأفراد الذى قابلهم مما يترتب عليه فشل الدراسة كلها.

١/١/٣/١/١٠ أهم المشكلات التى تواجه الدراسة الميدانية فيما يتصل بالباحث الميدانى - كما رصدنا فى خبراتنا العملية فى هذا المجال- ما يلى:

- تعمده التزوير الصريح للبيانات العامة أو تزوير المعلومة الرئيسية.

- الإيحاء المباشر للمبحوثين لإقناعهم برأى معين.

- الاستبدال غير المخطط لمفردات العينة واستبعاد بعض المفردات لعدم التمكن من جمع البيانات من العدد الكبير الذى يرغب فى مقابلته.

- التأخر فى جمع البيانات وتسليم الصحائف إلى هيئة البحث. وتزداد المشكلة فى حالة النوعية الأولى من استطلاعات الرأى العام التى تستهدف التعرف الفورى على الرأى العام (**راجع كتابنا: الاستطلاعات الفورية للرأى العام**).

- ويضاف إلى ما سبق شخصية الباحث الميدانى نفسه ومدى قدرته على التعامل مع مستويات اجتماعية وتعليمية مختلفة بأسلوب يتسم بالتواضع والاحترام للمبحوث وعقليته وحسن الاستماع والجدية والأمانة فى نقل الآراء وتسجيلها.

١٠/١/٣/٢ الاتصال بالميدان وتهيئة الرأى العام : من الأهمية بمكان الاتصال بالميدان قبل بدء جمع البيانات ومعرفة خريطته، وينبغى وجود مشرفين ميدانيين، وإمداد الباحث الميدانى **بموافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء والجهات الأخرى المماثلة ذات الصلة بالموافقة على إجراء استطلاعات الرأى العام واحتفاظه ببطاقة الجهة التى يعمل بها، وبطاقته الشخصية أو العائلية وأرقام تليفونات الجهة التى يُجرى تحت إشرافها الدراسة الميدانية.**

١٠/١/٣/٣ المراجعة الميدانية : ينبغى مراجعة كل صحيفة من صحائف الدراسة الميدانية عقب المقابلة للتأكد مما يلى:

- وجود إجابات عن كل الأسئلة المطلوب الإجابة عنها.
- وضوح كتابة هذه الإجابات.

١٠/١/٣/٤ المراجعة المكتبية : وينبغى مراجعة كل صحيفة من صحائف الاستطلاع مكتبيا فور العودة من الميدان للتأكد مما يلى:

- تماثل وحدات القياس (قسمة الدخل الموسمى أو السنوى إلى دخل شهرى لتوحيد المعيار مثلا).
- مراجعة أسئلة الصدق، والتأكد من مدى تطابق الإجابات واستبعاد الصحائف التى لا تحقق القدر المقبول علميا من معامل الصدق.
- ترقيم صحائف الاستطلاع بأرقام مسلسلة بحيث يكون الرقم هو المميز لكل حالة من حالات الدراسة الميدانية فى مجال استطلاعات وبحوث الرأى العام.

١٠/١/٣/٥ اختبارا الثبات والصدق : ينبغى فى الدراسة الميدانية فى مجال الرأى العام تطبيق اختبار الثبات على عينة من المبحوثين قوامها ١٠٪ ، وينبغى تطبيق هذا الاختبار خلال فترة تتراوح ما بين أسبوع وأسبوعين، وبدقة متناهية واستبعاد الصحائف التى لا تحقق قدرا معقولا من الاتساق بين التطبيقين الأول والثانى، كما ينبغى تطبيق اختبار الصدق على أسئلة كل صحيفة من صحائف الدراسة الميدانية فى مجال الرأى العام.

١٠/١/٤ الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها :

- ينبغى مراعاة الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها ، ووضع خطة التحليل الإحصائى المناسبة، ومراعاة المجالات الجغرافية والبشرية والزمنية للدراسة الميدانية أثناء عملية التحليل، ومقارنتها بنتائج الاستطلاعات والبحوث السابقة والتفرقة بين مجتمع الدراسة وعينة الدراسة وجملة من سئلوا وجملة الإجابات...إلخ.
- وينبغى أن يتضمن التقرير النهائى تحليلا للمشكلة التى يتعرض لها بالدراسة موضحاً: أهميتها وعرض الدراسات السابقة، وتحديد التساؤلات التى تسعى إلى الإجابة عنها والمناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات وأسلوب جمع البيانات والخطوات المنهجية التى اتبعها الباحث أو هيئة

البحث ومجالات الدراسة الجغرافية والبشرية والزمنية وحدود الدراسة وما تثيره من بحوث مستقبلية.

- كما يجب أن يتضمن التقرير النهائى الجداول العامة والتفصيلية وصحائف الدراسة والموافقات الرسمية التى تم الحصول عليها لإجرائها، وأسماء فريق الدراسة أو الاستطلاع أو الهيئة العلمية ودور كل باحث فى هذه المهمة(*).

والمعتاد أن ينتهى التقرير النهائى للدراسة الميدانية فى مجال الرأى العام بملخص يتضمن مشكلة الدراسة ومنهجها وحدودها وأهم النتائج التى أمكن الوصول إليها.

والقاعدة الأساسية التى ينبغى الإشارة إليها فى ختام هذه الطريقة من طرق استطلاعات وبحوث الرأى العام أن يظهر الباحث - أو هيئة البحث - **كل ما توصل إليه من نتائج تتصل بموضوع الدراسة سواء أكانت تتفق مع وجهة نظره أم لا تتفق وخاصة فى استطلاع الرأى العام** ، ذلك أنه فى مجال الرأى العام، لا يكون الباحث أو جهاز الرأى العام حراً فى اختيار ما يتضمنه تقريره وما يتركه ، فهناك التزام بإظهار كل ما أسفر عنه الاستطلاع.

(*) راجع الدراسات التى قام بها مركز بحوث الرأى العام تحت إشرافنا حول المشروعات الصغيرة والمتوسطة، الإعلام البيئى المحلى، مشكلات المجتمع المصرى... إلخ.

ملخص الـوحـدة

أوضحت هذه الوحدة أهمية الاستقصاء كأداة من أدوات جمع البيانات فى استطلاعات وبحوث الرأى العام ، وحددت العوامل الأربعة التى تؤدى إلى نجاح استخدام هذه الأداة ؛ وهى:

(أ) الدقة فى تصميم صحيفة الاستقصاء من خلال المرور فى المراحل العلمية المتعارف عليها ومراعاة أنواع الأسئلة من حيث الشكل والمضمون والاعتبارات المنهجية فى صياغة الأسئلة.

(ب) حسن اختيار العينة المناسبة لتحقيق أهداف استطلاع الرأى العام.

(جـ) الدقة فى العمل الميدانى من خلال : حسن اختيار الباحثين الميدانيين وتدريبهم، الاتصال بالميدان وتهيئته لعملية جمع البيانات، المراجعة الميدانية، المراجعة المكتبية، وتطبيق اختبارى الصدق والثبات.

(د) الدقة فى تفريغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها فى ضوء المتغيرات التى تم فى ضوئها جمع بيانات استطلاعات الرأى العام.

أسئلة الـوحـدة

أولاً- أسئلة المقال:

س١: تكلم عن مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء فى استطلاعات وبحوث الرأى العام ، وأهم الشروط التى ينبغى مراعاتها منهجياً فى كل مرحلة من هذه المراحل.

س٢: اشرح أنواع الأسئلة التى تتضمنها صحائف استقصاء الرأى العام من حيث الشكل والمضمون وميزات وعيوب كل نوع منها وأهم الاعتبارات المنهجية التى ينبغى مراعاتها فى صياغة هذه الأسئله مستشهداً بنماذج مما درست واطلعت عليه من خلال أعداد **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام.**

س٣: اذكر أهم المشكلات التى تواجه الدراسة الميدانية فيما يتصل بالباحث الميدانى.

س٤: حاول اقتناء المجلة المصرية لبحوث الرأى العام التى تصدر عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام، وكون صحيفة الاستقصاء التى جُمعت بها الدراسة التى تختارها من خلال اطلاعك على الجداول التى تعرض النتائج مع مراعاة الأسس النظرية التى درستها فى إعداد الأسئلة من حيث: الشكل والمضمون واعتبارات الصياغة.

ثانياً- الأسئلة الموضوعية:

س٥: أكمل العبارات الآتية :

(أ) أهم المصادر التى ينبغى على الباحث أو جهاز قياس الرأى العام الرجوع إليها عند تحديد البيانات المطلوب جمعها باستخدام صحيفة استقصاء ؛ هى:

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

٥- ....

(ب) من فوائد عرض صحائف الاستقصاء فى مجال الرأى العام على خبراء منهجيين ما يلى:

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

٥- ....

(جـ) من فوائد الاختبار القبلى لصحائف استقصاء الرأى العام ما يلى:

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

٥- ....

(د) تنقسم أسئلة صحائف استقصاء الرأى العام من حيث **الشكل** إلى ثلاثة أنواع هى:

١- ....

٢- ....

٣- ....

(هـ) وتنقسم من حيث **المضمون** إلى أربعة أنواع هى:

١- ....

٢- ....

٣- ....

٤- ....

(و) من فوائد المراجعة المكتبية لصحائف استقصاء الرأى العام:

١- ....

٢- ....

(ز) من العـوامل التـى تسـاعـد على تحقيق الدقة فـى العمل الميدانى فى استطلاعات وبحوث الرأى العام.

١- ....

٢- ....

٣- ....

س٦: ضع علامة (✓) أو (×) أمام العبارات الآتية :

(أ) من عـيوب صحائف الاستقصاء التـى يملأ المبحوث بياناتها بنفسه فى استطلاعات وبحوث الرأى العام أنها أكثر تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال. (   )

(ب) يفضل استخدام الاستقصاء البريدى الذى يملأ المبحوث بياناته بنفسه فى المجتمعات العربية. (   )

(جـ) تتميز الأسئلة المفتوحة فى صحائف استقصاء الرأى العام بسهولة تفريغها وتحليلها بأقل جهد وفى أقصر وقت. (   )

(د) تمكّن الأسئلة المفتوحة فى صحائف استقصاء الرأى العام الباحث أو جهاز قياس الرأى العام من التأكد أن الإجابات لن تخرج عن الإطار المرجعى المحدد لاحتمالات الإجابة. (   )

(هـ) تفرض الاسئلة المفتوحة فى صحائف استقصاء الرأى العام توجها معينا على إجابات المبحوثين. (   )

(و) تعتبر أسئلة الرأى ركيزة قياسات الرأى العام. (   )

(ز) تستهدف أسئلة الدوافع فى صحائف استقصاء الرأى العام التوصل إلى ما هو أبعد وأعمق من مجرد الوصف الظاهرى للسلوك. (   )

(ح) يفضل منهجياً احتواء السؤال الواحد فى صحائف استقصاء الرأى العام على فكرتين لتوفير الوقت والجهد والمال. (   )

نماذج الإجابة

جـ ٦: أ - (×) ب- (×) ج- (×)

د - (×) هـ - (×) و - (√)

ز - (√) ح - (×)

مراجع الـوحـدة

المصدران الرئيسيان لهذه الوحدة:

(أ) محاضرات وتجارب المؤلف فى مجال رصد الرأى العام العمانى بالعينة خلال السنوات العشر التى أمضاها مستشاراً للرأى العام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوزارة الإعلام العمانية .

(ب) كتب المؤلف الآتية:

- عاطف عدلى العبد. ***الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص ص١٣٧- ,١٥٨
- عاطف عدلى العبد. ***الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية***. (القاهرة: مطبعة الهانى، ١٩٨٩). ص ص١٣٧-١٥٨
- عاطف عدلى العبد. ***بحوث الإعلام والرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية والإجرائية*** - طبعة تجريبية (القاهرة: دار الهانى للطباعة، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. ***بحوث المستمعين والمشاهدين فى الوطن العربى***. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٢).
- عاطف عدلى العبد. ***التجربة البحثية المصرية فى مجال الإذاعة والتليفزيون*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٠).
- عاطف عدلى العبد. ***دراسات فى الإعلام العمانى***. ٤ مجلدات (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٥).

(ج) المراجع العربية:

- إبراهيم أبو لغد. ***البحث الاجتماعى*** (سرس الليان: مركز التربية الأساسية فى العالم العربى، ١٩٥٩) ص ,٢٤٥
- أحمد بدر. ***أصول البحث العلمى ومناهجه***. (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٨٢) ص ,٥٥٢
- بنجهام، والتر. ***سيكولوچية المقابلة***. **تأليف**: والتر بنجهام روس وفيكتور مور، **ترجمة**: مختار حمزة، **تقديم**: محمد توفيق رمزى. (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦١) ص ,٢٠٨
- جابر عبد الحميد جابر. ***مناهج البحث فى التربية وعلم النفس***. (القاهرة: دارالنهضة العربية، ١٩٨٣).

- جمـال زكى. *أسس البحث الاجتماعى*. **تأليف**: جمال زكـى، السيد يـاسين. (القاهـرة: دار الفكر العربى ،١٩٦٢) ص, ٤٩٨

- زيدان عبد الباقى. "منهج القياس الاجتماعى ووسائل استخدامه فى قياس الديناميكية الاجتماعية لبعض جماعات العمل فى بعض المصانع". *رسالة دكتوراة*. (القاهرة: كلية الآداب ـ جامعة القاهرة ،١٩٧١) مج, ٢

- سعد عبد الرحمن. *أسس القياس النفسى الاجتماعى* (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٦٧).

- سكيجر، رودنى. *البحث التربوى: أصوله ومفاهيمه*. **تأليف**: رودنى سكيجر، كارل دينبرج، **ترجمة**: محمد لبيب، محمد منير مرسى (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٤).

- سمير محمد حسين. *بحوث الإعلام*. مرجع سابق. ص ص٢٠٦- , ٢٢٧

- صلاح مصطفى الفوال. *مناهج البحث فى العلوم الاجتماعية* (القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٨٣).

- عـاطف عدلى العبد. *الببليوجرافية الشارحة لبحوث المستمعين والمشاهدين*، (باريس: اليونسكو ١٩٨٢).

- عاطف عدلى العبد. *بحـوث المسـتمعـين والمشاهدين فـى الوطن العربى*. (القـاهـرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٨).

- عاطف عدلى العبد. *التجربة البحثية لمؤسسة الإذاعة والتليفزيون المصرية* (القـاهـرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٨).

- عاطف عدلى العبد. *المنهج العلمى فى البحوث الإعلامية: الأسس النظرية والتطبيقات العملية*. (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣).

- عبد الباسط محمد حسن. *أصول البحث الاجتماعى*، ط٦ (القاهرة: مكتبة وهبة، ١٩٧٧).

- عبد الجبار عبد الرحمن. *المكتبة ومنهج البحث: دليل الباحث والطالب إلى وسائل استخدام الكتب والمكتبات* (البصرة: دار الطباعة الحديثة، ١٩٧٢).

- عبد الخالق ذكرى. *طرق البحث العلمى ومناهجه* (القاهرة: معهد التخطيط القومى، ١٩٦٧).

- عبد الرحمن بدوى. *مناهج البحث العلمى*. (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٣).

- عبد الغنى عبود. *البحث فى التربية*: (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٧٦).

- على السلمى. *الأسلوب العلمى فى البحوث الإدارية*. (القاهرة: المنظمة العربية للعلوم الإدارية بجامعة الدول العربية ، ١٩٧٠).

- علي السلمي. ***بحوث التسويق: مدخل سلوكى***، ط٢ (القاهرة: دار المعارف، ١٩٦٩).
- غسان زكى بدر. ***الموضوع والمنهج فى علم الاجتماع*** (القاهرة: مكتبة سعيد رأفت، ١٩٧٣).
- فاروق يوسف. ***منهج البحث العلمى***. (القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٨٩).
- فان، دالين، ديوبولد. ***مناهج البحث فى التربية وعلم النفس***. **تأليف**: ديوبولد فان دالين، **ترجمة**: محمد نبيل نوفل، سليمان الخضرى (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٩).
- محمد عارف عثمان. "المنهج الكيفى والمنهج الكمى فى علم الاجتماع فى ضوء نظرية التكامل المنهجى لدراسة الظواهر الاجتماعية". ***رسالة دكتوراة***. (القاهرة: كلية الآداب جامعة القاهرة، ١٩٧١).
- محمد عبد الحميد. ***بحوث الصحافة*** (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢).
- محمد عبد الحميد. ***الجمهور فى بحوث الإعلام*** (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية، ١٩٨٩).
- مصر. المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية. ***أعمال الحلقة الدراسية الأولى لبحوث الإعلام فى مصر ٢٥-٢٧ أبريل ١٩٧٨*** (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، د.ت).
- مصر. المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية: ***الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام فى مصر ١٣-١٦ ديسمبر ١٩٨٠: مساهمة العلوم الاجتماعية فى تطوير الإعلام - التقرير النهائى***. (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٠).
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. ***اجتماع خبراء بحوث الإعلام فى الوطن العربى بالقاهرة ٢٥-٢٨ ديسمبر ١٩٧٨: التقرير النهائى والتوصيات***. (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٨٨).
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. ***بحوث الإعلام فى الوطن العربى***، (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ،١٩٨٠).
- نجيب إسكندر إبراهيم. ***الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعى***. **تأليف**: نجيب إسكندر إبراهيم، لويس مليكة، رشدى فام منصور. ط٢ (القاهرة: مؤسسة المطبوعات الحديثة، د.ت).
- يوسف مصطفى القاضى. ***مناهج البحوث وكتابتها***. (الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٧٩).

(د) المراجـع الأجنبية:

- Faskett, D. S. ***How to find out education Research*** (London: Pergamon Press, 1967).
- Fisher, A. et al. ***Handbook for family planning operations research design*** (U.S.A.: The population council. 1983).
- Francis, J, and Busch, L. ***What we know about: I don't know***. (In: public opinion).
- Good, C. ***Methods of Research Educational, Psychological, Sociological*** (N. Y: Applenten Senury Crefts Inc., 1954).
- Hillway, T. ***Handbook of Eductional Research*** (Boston: Houghton Mifflin Co., 1969).
- Hillway. T. ***Introduction to research***. (Boston: Houghton Mifflin Co., 1969).
- Kerlinger, F. ***Foundations of Behavioral Research*** . (N. Y.: Holt. R. W. 1973).
- Kidder, Louis H, ***Research in Social Relations*** (N. Yl: Holt, Rinehart and Winston, 1981).
- Lehmann, J. and Mehrens, W. ***Educational Research in Foucs*** (Chicago: Holt, Rine - Hant and Winston, 1977).
- Moser, C, A. and Kalton, G. ***Survey Methods in Social Investigation***. Second Edition. (London: Heinemann Educational Books Limited, 1972).
- Nachmias, D. and Nachmias, C. ***Research Methods in the Social Sciences*** . (N. Y.: St, Martins, 1981).
- Nafzigar, Ralph, O, et al., ***Introduction to Mass Communication Research***. (U.S.A. Lewisiena State University Press, 1972).
- Riley, M. ***Sociological Research***, 11 exercises and Nanual (N. Y: Harcourt, Brace & Warld Inc., 1963).
- Selitiz, C. Et al., ***Research methods in Social Relations***, (N. Y: Holt, Rinehart, Winston, Inc. 1967).
- Whitney, F. ***The elements of research .*** (N. Y: 1946) Chap. 1.

النماذج التطبيقية

إعداد أ.د. عـاطف العبـد

النماذج التطبيقية

النموذج الأول

نموذج لسحب عينة طبقية بأسلوب التوزيع المتناسب

الأهداف :

فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يفرق بين مجتمع الاستطلاع وعينة الاستطلاع .

٢ـ يذكر الطرق الثلاث لسحب عينة عشوائية طبقية لاستطلاع الرأى .

٣ـ يقارن بين أسلوب التوزيع المتناسب الذى طبقه وبين الجدول الصحيح فى الصفحة التالية .

نموذج لتكوين عينة طبقية بأسلوب التوزيع المتناسب

(أ) نموذج لمجتمع دراسة ميدانية

جدول رقم (١)

توزيع طلبة وطالبات كلية الإعلام جامعة القاهرة حسب الصفوف الدراسية والنوع

النوع / الصفوف الدراسية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك(*)	٪ (**)	ك	٪	ك	٪
الصف الأول	١٦٦	٤,٤٤	٢٠٨	٦,٥٥	٣٧٤	٩,٢٦
الصف الثانى	١٣٧	٥,٣٧	٢٢٨	٦٢,٥	٣٦٥	٣,٢٦
الصف الثالث	١١٤	٣,٣٧	١٩٢	٧,٦٢	٣٠٦	٠,٢٢–
الصف الرابع	١٤١	٩,٤٠	٢٠٣	١,٥٩	٣٤٤	٢٤,٨
المجموع	٥٥٨	٢,٤٠	٨٣١	٨,٥٩	١٣٨٩	٠١٠

(*) ك = التكرارات . (**) ٪ = النسبة المئوية.

(ب) نموذج إعداد عينة بأسلوب التوزيع المتناسب

جدول رقم (٢)

توزع عينة الدراسة من طلبة وطالبات كلية الإعلام جامعة القاهرة حسب الصفوف الدراسية والنوع

النوع / الصفوف الدراسية	الذكور		الإناث		المجموع		الفارق النسبى عن المجتمع
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
الصف الأول	٤٨	٤,٤٤	٦٠	٦,٥٥	١٠٨	٢٧	+ ١و.
الصف الثانى	٣٩	١,٣٧	٦٦	٩,٦٢	١٠٥	٢٦,٢	– ١و.
الصف الثالث	٣٣	٥,٣٧	٥٥	٥,٦٢	٨٨	٢٢,٠	صفر
الصف الرابع	٤٠	٤,٤٠	٥٩	٦,٥٩	٩٩	٨,٤٢	صفر
المجموع	١٦٠	٤٠	٢٤٠	٦٠	٤٠٠	١٠٠	صفر

النموذج الثانى

نموذج لسحب عينة عشوائية متعددة المراحل لاستطلاع رأى الطفل المصرى فى إصدار صحيفة أطفال عربية

الأهداف :

فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يذكر الخطوات المتتالية لسحب عينة عشوائية متعددة المراحل .

٢ـ يستخدم عينة عشوائية متعددة المراحل لاستطلاع الرأى فى موضوع آخر .

٣ـ يستخرج نماذج لعينة عشوائية متعددة المراحل من المجلة المصرية لبحوث الرأى العام .

نموذج عينة متعددة المراحل لبحث استطلاع
آراء الأطفال حول إصدار صحيفة أطفال عربية
التصور المقترح لعينة البحث النهائى فى جمهورية مصر العربية

– تحدد مجتمع الدراسة الميدانية بستمائة طفل وطفلة من سن ٩ – ١٢ سنة، رؤى أن يختص المجتمع الحضرى(*) بالجانب الأكبر منها وهو أربعمائة طفل وطفلة والمجتمع الريفى بمائة حالة، وكذلك مجتمع محافظات الحدود(**)، نظرا لتجانس المجتمعين الأخيرين ، سواء من حيث المهنة السائدة أو المستوى التعليمى أو طبيعة المناخ الثقافى السائد، وهى من العوامل التى يمكن افتراض علاقاتها بمدى الإقبال على القراءة بصفة عامة ، وقراءة مجلات الأطفال بصفة خاصة.

وفيما يلى الخطوات المنهجية المقترح اتباعها فى سحب عينة البحث الأساسى:

(أ) – اختيار العينة الحضرية:

١ – ستكون مدينة القاهرة مجالا لاختيار عينة البحث الحضرية، ويجىء تفضيل مدينة القاهرة على أى مدينة أخرى لأنها تمثل قمة الحضرية فى المجتمع المصرى وجمهورها أكثر تعرضا لوسائل الإعلام المختلفة من جمهور أى مدينة أخرى. ونظرا لتعذر إجراء الدراسة الميدانية فى مدينة القاهرة كلها ، لذا تسعى هذه الدراسة إلى تقسيم القاهرة إلى طبقات رئيسية يتم الاختيار منها ـ كما سنوضح فيما بعد ـ وقد اتبعت عدة بحوث أجريت فى مدينة القاهرة هذا الأسلوب.

٢ – وتسترشد هيئة البحث فى تقسيمها للقاهرة إلى ثلاث طبقات بنسبة الأمية بين السكان البالغين عشر سنوات فأكثر وفقا لإحصائيات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء وذلك لأن الأمية من العوامل التى يمكن افتراض

(*) المحافظات الحضرية هى: القاهرة، الإسكندرية، بورسعيد، السويس

(**) محافظات الحدود هى: البحر الأحمر، الوادى الجديد، مطروح، سيناء الشمالية وسيناء الجنوبية.

علاقتها بالإقبال على القراءة عند الأميين ويحتمل أن يقل أو ينعدم تشجيعهم للقراءة . ووفقا لهذا التقسيم ، تكون الطبقات الثلاث على النحو التالى:

الطبقة الأولى:

وتضم الأقسام التى تقل نسبة الأمية بين سكانها البالغين(١٠ سنوات فأكثر) عن ٢٠٪ وهى أقسام: الظاهر ـ النزهة ـ قصر النيل ـ مدينة نصر ومصر الجديدة.

الطبقة الثانية:

وتضم الأقسام التى تتراوح نسبة الأمية بين سكانها البالغين (عشر سنوات فأكثر) بين ٢٠٪ و٣٠٪ وهى أقسام : الأزبكية ـ الزيتون ـ الساحل ـ السيدة زينب ـ الوايلى ـ شبرا وعابدين.

الطبقة الثالثة:

وتضم الطبقة الثالثة الأقسام التى تزيد نسبة الأمية بين سكانها البالغين (١٠ سنوات فأكثر) على ٣٠٪ وهى أقسام التبين ـ الجمالية ـ الخليفة ـ الدرب الأحمر ـ المطرية ـ المعادى ـ الموسكى ـ باب الشعرية ـ بولاق ـ حدائق القبة ـ حلوان ـ الشرابية ـ روض الفرج ومصر القديمة.

(ب) اختيار العينة الريفية:

١- سيتم اختيار العينة الريفية بالطريقة الطبقية العشوائية ، وذلك باستخدام أحد أساليبها المتمثل فى التوزيع المتناسب حيث ستقسم هيئة البحث بعض محافظات مصر إلى محافظات الوجه القبلى ومحافظات الوجه البحرى وذلك بعد استبعاد المحافظات الحضرية ومحافظات الحدود وسحب محافظة من كل طبقة بأسلوب الاقتراع المباشر كأحد أساليب العينة العشوائية البسيطة لتمثل هذه المحافظة الطبقة التى تنتمى إليها.

٢- سيتم توزيع مفردات العينة الريفية بحيث يكون متناسبًا مع عدد سكان الريف

فى الـوجهين البحرى والقبلى بـالاسترشـاد بالإحصاءات المتـوافرة طبقـا لأحدث تعداد للسكان.

٣- سيكـون حجم العينـة الريفية ١٠٠ مـفردة فقط نظـرا لتجانـس الريف والعوامل المؤثرة فى حياة أفراده.

(جـ) اختيار عينة محافظات الحدود:

١- سيتم اختيار عينة الحدود بطريقة العينـة العشوائية البسيطة وبأسلوب الاقتراع المباشر بحيث يتم سحب محافظة واحدة منها.

٢- سيتـم توزيع مـفردات العينـة الخاصـة بمحافظـات الحدود عـلى هذه المحافـظة ومـراعاة تمثيـل المنـاطق الحضرية والريفـية بأسلوب التـوزيع المتناسب بعـد تقسيم السكان إلى طبقـتين : طبقة المناطق الحضرية وطبقة المناطق الـريفية بمحافظات الحدود.

٣- سيتم اختيار منطقـتين : إحداهما من المناطق الحضرية والثـانية من المناطق الـريفية بأسلوب الاقتراع المباشر أو حسب الأماكن التـى يمكن أن تتوافـر فيها أماكن لإقامة الباحثين والباحثات (أسباب إجرائية).

٤- سيـكون حجـم العـيـنـة الخـاصـة بهـذه المحـافـظـات ١٠٠ مفـردة نـظرا لتـجانس هذه المناطق.

(د) اختيار عينة المدارس الابتدائية والإعدادية:

١- سـيـتـم إجراء الـدراسة فى المدارس الابتدائـية والإعداية بحصـر أعداد الطلاب والطالبـات بكل سنة من الـسنوات المتفق عليـها كإطار بـشـرى لهـذه الدراسة وهــى الـصفــوف الثـــالث والــرابع والخــامــس الابتـــدائــى والــصـف الأول الإعــدادى، وتقـســيـم الـعـيـنــة إلــى طبـقـات بـالاسـتـرشـاد بـالإحصـاء الاسـتـقـرارى لـوزارة الـتـربـيـة والتعليم.

٢- سيتم مراعاة نوع المدرسة (حكومى/ خاص) ونوع الأطفال (ذكور وإناث) عند توزيع العينة بالطريقة الطبقية والأسلوب المتناسب كأحد الأساليب العلمية المستخدمة فى مفردات العينة الطبقية.

٣- سيتم سحب أسماء المدارس عينة الدراسة بالمناطق المختلفة من واقع سجلات الحصر الشامل لأسماء المدارس بوزارة التربية والتعليم بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة.

٤- سيتم سحب مفردات العينة من كل فصل من فصول المدارس عينة الدراسة بالاسترشاد بكشوف الطلاب بكل فصل ؛ حيث إن قوائم الطلاب مرتبة أبجديا مما يمكن معه تطبيق أسلوب العينة العشوائية المنتظمة باختيار رقم عشوائى وإضافة طول المدى بقسمة عدد الطلاب بالفصل على عدد المفردات المطلوب بالعينة واختيار رقم عشوائيا بطريقة الاقتراع المباشر ليكون رقم البداية ويضاف إليه طول المدى والذى سيختلف من فصل إلى آخر.

النموذج الثالث

نموذج رصد شائعة بأسلوب الملاحظة

الأهداف :

فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يذكر الشروط الأربعة التى تجعل الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات فى استطلاعات الرأى العام .

٢ـ يستخدم محكات موضوعية تقلل من التحيز فى رصد الشائعات .

٣ـ يعدد العناصر التى يجب استخدامها عند رصد شائعة ما .

٤ـ يستخدم نموذج رصد شائعة بأسلوب الملاحظة فى رصد إحدى الشائعات الراهنة .

العناصر:

يجب أن يلتفت إلى هذه العناصر عند رصد شائعة ما ، والتى تضفى الصدق والدقة والموضوعية على العمل :

(أ)موضوع الشائعة.

(ب)المصدر الأول للشائعة.

(جـ)عدد الأفراد الذين تداولوا الشائعة.

(د) خصائص هؤلاء الأفراد من حيث: النوع، المستوى التعليمى، المهنة، والجنسية.

(هـ) الأماكن التى سمع المراسل الشائعة تتردد بها.

(و)تقييم المراسل للشائعة من حيث: درجة انتشارها ،أهميتها وتقبلها.

نموذج رصد شائعة

(أ) موضوع الشائعة :

....

....

....

(ب) المصدر الأول الذى عرف المراسل منه الشائعة :

- زملاء بالعمل ( )
- أصـدقـاء ( )
- جيـران ( )
- أقـارب ( )
- أخـرى تذكر ( )

(جـ) عدد الأفراد الذين تداولوا الشائعة :

- فـرد واحـد ( )
- فردان إلى أقل من ٥ أفراد ( )
- ٥ أفـراد - ١٠ أفـراد ( )
- ١٠ أفـراد فأكـثـر ( )

(د) خصائص الأفراد الذين تداولوا الشائعة :

(د/١) النـوع:

- ذكـور ( )
- إنـاث ( )

(د/٢) المستوى التعليمى:

- أميـون ( )
- مؤهل أقل من الثانوية العامة ( )
- الثانوية العامة وما فى مستواها ( )
- مؤهل جامعى فأكثر ( )
- أخـرى تذكـر: ( )

(د/٣) مهن الأفراد الذين تداولوا الشائعة:

- مسئولون بدرجة مدير عام فأعلى ( )
- شيوخ وأعيان ( )
- رجال دين ودعاة ( )
- أساتذة جامعة ومعلمون ( )
- موظفون بالقطاع الحكومى ( )
- موظفون أو عمال بالقطاع الحكومى ( )
- ربات بيوت ( )
- طـــلاب ( )
- مهن أخرى تذكر ( )

(د/٤) جنسيات الأفراد الذين تداولوا الشائعة:

- مصريون(*) ( )
- وافدون عرب ( )
- وافدون أجانب ( )

(هـ) الأماكن التى سمع المراسل الشائعة تتردد فيها :

- أماكـن عمـــل حكوميـــــة ( )
- أماكـن عمـــل قطاع خـــاص ( )
- جامعــة ومعــاهـــد ومدارس ( )
- منـــازل ( )
- أماكـن عامة كالمراكز التجـارية ( )
- السبل والمجالس وما يماثلها كدوار العمدة ( )
- أخرى تذكر: ( )

(*) طبقاً للبلد الذى تجمع منه الشائعة.

(و) تقييـم المراسـل للشـائعـة :

(و/١) من حيث درجة انتشارها:

- منتشـرة بـدرجة كبيرة ( )
- منتشـرة بـدرجة متوسطة ( )
- منتشـرة بـدرجة محدودة ( )
- تقييم آخر يذكــــــر ( )

(و/٢) من حيث مدى أهمية الشائعة عند الأفراد الذين يرددونها:

- هـامـة جـداً ( )
- هـــامـة ( )
- هامة إلى حد ما ( )
- غيـر هـامـة ( )

(و/٣) من حيث مدى تقبل الشائعة وتصديقها:

- يتقبل الأفراد الشائعة بدرجـة كبيـرة ( )
- يتقبل الأفراد الشائعة بدرجة متوسطة ( )
- لا يتقبلــون الشــائعـــة ( )
- يستنكرون مثل هـذه الشـائعـة ( )
- أخـــرى تـذكـــــر ( )

- **نص الشائعة:**

....

....

....

....

....

....

....

مراسل الرأى العام: .... **الاسم:** .... **التوقيع:** .... **التاريخ:** ....

النموذج الرابع

نموذج استمارة تحليل محتوى الشائعات

الأهداف :

فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن : ١ـ يتدرب على إعداد استمارات تحليل الشائعات . ٢ـ يذكر الفئات الأكثر استخداماً فى تحليل الشائعات . ٣ـ يعد استمارات تحليل الشائعات المركبة مع ربطها بالمصدر الجغرافى للشائعة على مستوى الدولة . ٤ـ يعد استمارات تحليل المضمون لبريد القراء المنشور وغير المنشور وتحليل مضمون صفحات الرأى والرسوم الكاريكاتيرية ... إلخ .

جدول رقم (١)

توزيع الشائعات والظواهر العامة التى رصدها مراسلـو الـرأى العام* خلال الأسبوع من يوم .... الموافق / / إلى يوم .... الموافق / / طبقاً للولايات وموضوعات هذه الشائعات والظواهر العامة

الولايات وموضوعات الشائعات والظواهر العامة*	سياسية	اقتصاد	دينية	مكرمات مالية وإدارية	تعديلات وزارية وإدارية	رواتب و ترقيات	مخدرات	أخلاقية	أخـرى	المجموع	النسبة المئوية
المجمـوع											
النسب المئوية											

* تكتب هنا الولايات أو المراكز أو المحافظات ... الخ طبقاً للتقسيمات الإدارية المعتمدة فى الدولة.

جدول رقم (٢)

توزيع الشائعات والظواهر العامة التى رصدها مراسلو الرأى العام* خلال الأسبوع من يوم .... الموافق / / إلى يوم .... الموافق / / طبقاً للولايات والمجال الجغرافى لهذه الشائعات والظواهر العامة

الولايات والمجال الجغرافى*	داخلى	خليجى	عربى	عالمى	المجموع	النسبة المئوية
المجموع						
النسب المئوية						

* تكتب هنا الولايات أو المراكز أو المحافظات ... الخ طبقاً للتقسيمات الإدارية المعتمدة فى الدولة.

جدول رقم (٣)

توزيع الشائعات والظواهر العامة التى رصدها مراسلو الرأى العام* خلال الأسبوع من يوم .... الموافق / / إلى يوم .... الموافق / / طبقاً للولايات واتجاهات هذه الشائعات والظواهر العامة

الولايات والاتجاهات*	ايجابية	سلبية	أخرى	المجموع	النسبة المئوية
المجموع					
النسب المئوية					

جدول رقم (٤)

توزيع الشائعات والظواهر العامة التى رصدها مراسلو الرأى العام* خلال الأسبوع من يوم .... الموافق / / إلى يوم .... الموافق / / طبقاً للولايات وأنواع الشائعات والظواهر العامة

الولايات وانواع الشائعات*	الأمانى والأحلام	بث الرعب	بث روح عدم الاستقرار	أخرى	المجموع	النسبة المئوية
المجموع						
النسب المئوية						

* تكتب هنا الولايات أو المراكز أو المحافظات ... الخ طبقاً للتقسيمات الإدارية المعتمدة فى الدولة.

النموذج الخامس

نموذج استمارة تحليل محتوى مواد إعلامية

الأهداف :

في نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يعد استمارات لتحليل مضمون مواد إعلامية .

٢ـ يذكر الفئات الأكثر استخداماً فى تحليل المواد الإعلامية .

٣ـ يعد استمارات تحليل المواد الإعلامية المركبة مع ربطها بالمصدر الجغرافى للمواد الإعلامية على مستوى الدولة .

٤ـ يعد استمارات تحليل المضمون لبريد القراء المنشور وغير المنشور وتحليل مضمون صفحات الرأى والرسوم الكاريكاتيرية من خلال المجلة المصرية لبحوث الرأى العام .

كلية الإعـلام
مركز بحوث الرأى العام

بالتعاون مع

الجمعية المركزية للإعلام والبيئة

استمارة تحليل البرامج البيئية التليفزيونية المحلية

خلال شهر ديسمبر ٢٠٠٣

أولاً: البيانات الأساسية للبرنامج:

١- اسم القناة	١- القناة الخامسة	
	٢- القناة السادسة	
٢- اسم البرنامج	٣- تاريخ إذاعة الحلقة	
٤- يوم الإذاعة	١- السبت	
	٢- الأحد	
	٣- الاثنين	
	٤- الثلاثاء	
	٥- الأربعاء	
	٦- الخميس	
	٧- الجمعة	
٥- مدة البرنامج	١- أقل من ٥ دقائق يذكر	
	٢- ٥ دقائق	
	٣- ١٠ دقائق	
	٤- ١٥ دقيقة	
	٥- ٢٠ دقيقة	
	٦- ٣٠ دقيقة	
	٧- أكثر من ٣٠ دقيقة يذكر	
٦- فترة البرنامج	١- ٦ص - ١٠ص (الفترة الصباحية)	
	٢- ١٠ص - ٥م (فترة الضحى والظهيرة)	
	٣- ٥م - ١٢م (فترة المساء والسهرة الأولى)	
	٤- ١٢ صباحاً - ٦ صباحاً (فترة السهرة الممتدة)	
٧- دورية الإذاعة	١- يومى	
	٢- مرتان فى الأسبوع	
	٣- ثلاث مرات فى الأسبوع	
	٤- أسبوعى	
	٥- نصف شهرى	
	٦- مناسبات	
	٧- غير دورى	
	٨- أخرى تذكر	

ثانياً : تحليل الشكل :

١١- تخصص المتحدثين فى البرنامج	٩- طب	
	٨- هندسة	
	٧- إسكان	
	٦- تغذية	
	٥- سياسة	
	٤- تربية	
	٣- اجتماع	
	٢- إعلام	
	١- بيئة	
١٠- جنس مقدم البرنامج	٣- الاثنان معاً	
	٢- أنثى	
	١- ذكر	
٩- أساليب تقديم المضامين البرامجية	٧- أخرى تذكر	
	٦- أكثر من شكل	
	٥- مادة كلامية مصحوبة بمعينات بصرية	
	٤- مادة كلامية مصحوبة بمادة مصورة عن الموضوع	
	٣- مادة كلامية مصحوبة بمادة فيلمية	
	٢- مادة كلامية مصحوبة بشرائح	
	١- مادة كلامية فقط	
٨- القالب البرامجى	١١- أخرى تذكر	
	١٠- مجلة تليفزيونية	
	٩- تحقيق تليفزيونى	
	٨- ندوة	
	٧- درامى	
	٦- تسجيل	
	٥- رسائل توعية	
	٤- برنامج مسابقات	
	٣- سؤال وجواب	
	٢- برنامج حوارى	
	١- حديث مباشر	

تابع ثانياً: تحليل الشكل:

١٥- مدى مشاركة الجمهور فى البرنامج	٢- لا يشارك	٢- غير مطلوب مشاركته	
		١- مطلوب مشاركته	
	١- يشـارك	٨- أكثر من شكل للمشاركة	
		٧- الالتقاء بالجمهور خارج الاستوديو	
		٦- بالبريد الإلكترونى	
		٥- بالبريد الإلكترونى	
		٤- بالبريد العادى	
		٣- بالهاتف	
		٢- كمشاركين	
		١- كمشاهدين	
١٤- السلطة التى ينتمى إليها المتحدث أو الضيف		٨- أخرى تذكر	
		٧- جمهور عادى	
		٦- لا ينتمى لأى سلطة	
		٥- جمعيات المجتمع المدنى	
		٤- السلطة الرقابية	
		٣- السلطة القضائية	
		٢- السلطة التنفيذية	
		١- السلطة التشريعية	
١٣- ارتباط المتحدث بموضوع القضية المثارة		٣- غير واضح	
		٢- غير مباشر	
		١- مباشر	
١٢- نوع المتحدثين		٣- الاثنان معاً	
		٢- أنثى	
		١- ذكر	
تابع تخصص المتحدثين فى البرنامج		١٦- أخرى تذكر	
		١٥- غير محدد	
		١٤- ثقافة	
		١٣- فنون	
		١٢- قانون	
		١١- صناعة	
		١٠- زراعة	

القسم	البند	الفئة	الخيار	
ثالثاً: الجمهور المستهدف	١٦- الجمهور المستهدف		١- الجمهور العام	
			٢- الأسرة عموماً	
			٣- المرأة	
			٤- الشباب	
			٥- الأطفال	
			٦- المزارعون	
			٧- الصيادون	
			٨- الحرفيون	
			٩- جمهور متخصص فى البيئة	
			١٠- أخرى تذكر	
رابعاً: المستويات اللغوية	١٧- المستويات اللغوية المستخدمة		١- الفصحى المبسطة	
			٢- العامية	
			٣- الجمع بينهما	
	١٨- ملاءمة مستوى اللغة للجمهور المستهدف		١- ملائم لكل الفئات	
			٢- ملائم للفئة المستهدفة	
			٣- غير ملائم لكل الفئات	
			٤- غير ملائم للفئة المستهدفة	
خامساً: القضايا والمشكلات البيئية	١٩ - القضايا والمشكلات البيئية أ - القضايا	١- إهدار الموارد	١- قطع الأشجار	
			٢- إهدار المياه	
			٣-إهدار الطاقة	
			٤- إهدار التربة	
			٥- أخرى	
		٢- التنوع الحيوي	١- انقراض الحيوان	
			٢- انقراض النبات	
			٣- المحميات الطبيعية	
			٤- اخرى	
		٣- التصحر	١- قطع الغابات	
			٢- الرعى الجائر	
			٣- أخرى	

تابع خامساً: القضايا والمشكلات البيئية

ب- المشكلات البيئية	التلوث المادى	٢- مشكلات تلوث المياه	٦- أخـــرى	
			٥- تلوث قنوات الرى والصرف	
			٤- تلوث المياه الجوفية	
			٣- تلويث مياه الشرب	
			٢- تلوث الشواطئ البحرية	
			١- تلوث مياه النيل	
		١- مشكلات تلوث التربة	٤- أخـــرى	
			٣- التأثير الضار للنفايات والقمامة	
			٢- ترسب الأسمدة والمواد الضارة بالتربة	
			١- تجريف وتبوير الأراضى الزراعية	
تابع القضايا البيئية	٧- التعريف بالتشريعات البيئية		٣- الأجنبية	
			٢- العربية	
			١- المصرية	
	٦- التربية البيئية	٢- التربية البيئية غير النظامية	٤- الإعلام	
			٣- المؤسسات الاجتماعية	
			٢- المعسكرات	
			١- دور العبادة	
		١-	**التربية البيئية النظامية**	
	٥- التعريف بجهود حماية البيئة		٦- أخرى	
			٥- جهود منظمات إقليمية ودولية	
			٤- جهود أجهزة الحكم المحلى	
			٣- جهود الأفراد	
			٢- جهود جمعيات المجتمع المدنى	
			١- جهود وزارة البيئة	
	٤- البيئة والنظم البيئية		٥- أخرى	
			٤- عوامل اختلال التوازن البيئى	
			٣- التوازن البيئى	
			٢- خصائص البيئة	
			١- تعريف البيئة	

تابع خامساً: القضايا والمشكلات:

٢٠- الزمن الذى شغلته القضية أو المشكلة		دقيقة		
		ثانية		
تابع ب- المشكلات البيئية	التلوث غير المادى	التلوث السمعى والبصرى	٣- أخـــرى	
			٢- الضوضاء (السيارات والآلات والورش والماكينات)	
			١- التلوث البصرى	
			٥- أخـرى تذكـر	
	تابع التلوث المادى	٤- مشكلات تلوث	١٠- أخرى	
			٩- أطعمة الباعة الجائلين	
			٨- سوء تداول الخبز	
			٧- الممارسات الخاطئة فى الطهى	
			٦- تلوث الثروة السمكية	
			٥- سوء تخزين الأغذية	
			٤- تلوث الأطعمة والمأكولات	
			٣- استخدام مكسبات الطعم واللون والرائحة	
			٢- استخدام أكياس البلاستك السوداء فى حفظ المأكولات	
			١- استخدام المبيدات الزراعية	
		٣- مشكلات تلوث الهواء	١٢- أخرى	
			١١- الإسراف فى المبيدات	
			١٠- عوادم العمليات الصناعية	
			٩- الأتربة العالقة	
			٨- الإخلال بطبقة الأوزون	
			٧- تلوث الهواء بالشوائب	
			٦- قطع الأشجار وتقليل المساحات الخضراء	
			٥- عوادم السيارات ووسائل النقل الخفيف	
			٤- حرق القمامة	
			٣- حرق المخلفات الزراعية	
			٢- سحابة الدخان	
			١- الاحتباس الحرارى	

سابعاً: معالجة المضامين البرامجية للقضايا والمشكلات البيئية

٢٤- جوانب تقديم السلوكيات البيئية		٤- أخــرى	
		٣- عرض السلوكيات السلبية والإيجابية معاً	
		٢- عرض السلوكيات البيئية الإيجابية فقط	
		١- عرض السلوكيات البيئية السلبية فقط	
٢٣ - أسلوب المعالجة		٧- أخرى	
		٦- إبراز دور مؤسسات المجتمع المدنى فى القضية	
		٥- إبراز دول المسئول فى القضية	
		٤- إبراز دور المواطن فى القضية	
		٣- عرض القضية وتحليلها وطرح الحلول	
		٢- عرض القضية وأسبابها والآثار المترتبة عليها	
		١- مجرد ذكر القضية والتعريف بها	
٢٢- مدى حالية القضية أو المشكلة المثارة		٤- قضية غير محددة الفترة	
		٣- قضية متوقعة	
		٢- قضية سابقة	
		١- قضية حالية	

سادساً: الموقع الجغرافى للقضايا والمشكلات البيئية

٢١ - الموقع الجغرافى للقضايا والمشكلات البيئية		٨- أخرى	
		٧- المياه الإقليمية لمصر	
		٦- مناطق صحراوية	
	٥-الوجه القبلى	٤- سواحل	
		٣- ريف	
		٢- حضر	
		١- عام	
	٤- الوجه البحرى	٤- سواحل	
		٣- ريف	
		٢- حضر	
		١- عام	
		٣- مصر / عام	
		٢- العالم العربى / عام	
		١- العالم / عام	

تابع سابعاً: معالجة المضامين البرامجية للقضايا والمشكلات البيئية:

٢٧- الاستمالات المستخدمة فى المضمون البرامجى	١٢- أخـــرى	
	١١- عرض الجانبين المؤيد والمعارض	
	١٠- عرض جانب واحد من الرأى	
	٩- تقديم أدلة أو شواهد	
	٨- التكرار وتأثير تراكم التعرض	
	٧- تأثير رأى الأغلبية	
	٦- استخدام احتياجات أو اتجاهات الجمهور	
	٥- العرض الضمنى للهدف	
	٤- العرض المباشر للهدف	
	٣- التخويف من آثار تدهور البيئة	
	٢- الترغيب بالحفاظ على البيئة	
	١- لم يركز على أى استمالات	
٢٦- جوانب تقديم القضايا والمشكلات البيئية	١٣- أخـرى	
	١٢- التعريف بالجوانب القانونية للقضية	
	١١- غرس القيم والاتجاهات الإيجابية لدى النشء حول البيئة	
	١٠- اهتمام شرائح معينة بالحفاظ على البيئة	
	٩- ربط قضية السياحة بقضايا البيئة	
	٨- التوعية بالآثار والأضرار المترتبة على تدهور البيئة	
	٧- عرض مظاهر التلوث البيئى	
	٦- معالجة عوامل الإضرار بالبيئة	
	٥- إبراز التعاون بين جهود الأفراد والمجتمع المدنى والدولة	
	٤- تنمية الرغبة فى التمتع بالحفاظ على البيئة	
	٣- معالجة السلوكيات الخاطئة فى الحياة اليومية	
	٢- جذب الانتباه لقضايا البيئة	
	١- نشر الوعى والمعرفة بالمعلومات والمفاهيم الجديدة	
٢٥- الهدف من تقديم الموضوعات البيئية	٥- غير واضح	
	٤- ترشيد السلوك الخاص بحماية البيئة ورعايتها	
	٣- تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة	
	٢- غرس القيم البيئية	
	١- تيسير المعرفة والحقائق البيئية	

تابع سابعاً: معالجة المضامين البرامجية للقضايا والمشكلات البيئية

٢٩- القيم البيئية التى تسعى البرامج البيئية إلى نشرها	٩- قيم بيئية أخرى	
	٨- تحقيق التوازن البيئى	
	٧- احترام القوانين البيئية	
	٦- تنمية الذوق الجمالى	
	٥- زيادة الرقعة الخضراء	
	٤- ترشيد الاستهلاك	
	٣- أهمية العمل التطوعى	
	٢- عدم الإضرار بالآخرين	
	١- الحرص على النظافة	
٢٨- مداخل الإقناع	٦- أخرى تذكر	
	٥- مدخل إقناع جمالى	
	٤- مدخل إقناع اقتصادى	
	٣- مدخل إقناع صحى	
	٢- مدخل إقناع دينى	
	١- لم يستخدم أى مدخل إقناع	

النموذج السادس

التعريف بالقوانين التى يجب مراعاتها فى استطلاعات الرأى العام

الأهداف :

فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١ـ يذكر القوانين التى تنظم عملية جمع البيانات.

بسم الله الرحمن الرحيم

سلطنة عمان

القـانون الإحصـائى

مجلس التنمية – الأمانة الفنية

المديرية العامة للإحصاءات الوطنية

مرسوم سلطانى
رقم ٨٨/٨٧
بإصدار القانون الإحصائى

نحن قابوس بن سعيد سلطان عمان

بعد الاطلاع على المرسوم السلطانى رقم ٧٥/٢٦ بإصدار قانون تنظيم الجهاز الإدارى للدولة وتعديلاته.

وعلى المرسوم السلطانى رقم ٨٠/٢٦ بتعديل الهيكل التنظيمى للأمانة الفنية لمجلس التنمية.

وبناء على ما تقتضيه المصلحة العامة.

رسمنا بما هو آت

مادة (١): يعمل بأحكام القانون المرافق فى شأن تنظيم جمع ونشر البيانات الإحصائية فى سلطنة عمان.

مادة (٢): يصدر أمين عام مجلس التنمية اللوائح والقرارات اللازمة لتنفيذ أحكام القانون المرافق بعد إقرارها من المجلس.

مادة (٣): ينشر هذا المرسوم فى الجريدة الرسمية ويعمل به اعتباراً من تاريخ نشره.

صدر فى: ٧ جمادى الأولى سنة ١٤٠٩ هـ
الموافق: ١٧ ديسمبر سنة ١٩٨٨م

قابوس بن سعيد

سلطان عمـان

القانون الإحصائى

مادة (١): فى تطبيق أحكام هذا القانون تكون للكلمات والعبارات الآتية المعانى الموضحة قرين كل منها ما لم يقتض السياق معنى آخر:

أ - **الأمانة الفنية**: الأمانة الفنية لمجلس التنمية.

ب- **الأمين العام**: الأمين العام لمجلس التنمية.

ج- **الوكيل**: الوكيل لشئون التخطيط.

د - **المديرية العامة**: المديرية العامة للإحصاءات الوطنية بالأمانة الفنية لمجلس التنمية.

هـ- **المدير العام**: المدير العام للإحصاءات الوطنية بالأمانة الفنية لمجلس التنمية.

و - **الجهات الحكومية**: الوزارات والمديريات العامة والإدارات والدوائر الحكومية والمؤسسات والهيئات العامة التى تساهم الحكومة فى رأسمالها.

ز - **الشركات والمؤسسات**: جميع الشركات والمؤسسات الخاصة وأصحاب المحال العامة والحرفية والمهنية والتجارية والصناعية.

ح- **البيانات الإحصائية**: جميع الأرقام والبيانات الإحصائية المتعلقة بالنواحى الاقتصادية والمالية والسكانية والاجتماعية والثقافية والصحية وكل ما يتعلق بالمجتمع ونشاطاته.

ط - **المسوح الإحصائية**: عملية جمع البيانات الإحصائية سواء بصورة شاملة أو بنظام العينة.

ى- **التعداد السكانى**: عملية إجراء إحصاء شامل لعدد السكان فى السلطنة مع مختلف البيانات الإحصائية المطلوبة فنياً لذلك.

مادة (٢): يصدر مرسوم سلطاني خاص بإجراء التعداد السكانى الشامل، ويحدد المواعيد والإجراءات اللازمة لذلك، ومع ذلك يجوز إجراء مسوح إحصائية لخدمة أغراض التنمية الاقتصادية وفقاً لخطة عمل تضعها المديرية العامة للإحصاءات الوطنية وتعتمد من مجلس التنمية.

مادة (٣): تكون المديرية العامة للإحصاءات الوطنية الجهة المسئولة عن جمع ونشر البيانات والمسوح الإحصائية والتعداد السكانى، وذلك وفقاً لخطة عمل سنوية، وتتولى توحيد المعلومات وتنسيقها وتحليلها والعمل على نشرها.

مادة (٤): يتعين على المديرية العامة أن تصدر النشرات التالية:

أ - كتاب سنوى للإحصاءات الوطنية يشمل جميع البيانات الإحصائية المتوفرة وذات الأهمية لأغراض التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى البلاد وللتعريف بنواحى التقدم والتطور فى مختلف المجالات.

ب- نشرة ربع سنوية بأهم المؤشرات الإحصائية.

ج- أية نشرات دورية أخرى متخصصة تنشأ الحاجة إلى إصدارها.

د - نشرات غير دورية بنتائج ما تجريه من مسوحات إحصائية.

مادة (٥): استثناء من أحكام المادة الثالثة يجوز:

أ - للجهات الحكومية أن تجمع وتنشر البيانات الإحصائية الخاصة بالمسائل الداخلية فى اختصاص كل منها وذلك بالتنسيق مع المديرية العامة وعليها موافاة المديرية العامة بنسخ من البيانات الإحصائية المشار إليها.

ب- للشركات والمؤسسات أن تجرى مسوحاً إحصائية بنظام العينة فى المجالات المتعلقة بتسويق منتجاتها وما يرتبط بذلك من موضوعات بشرط الحصول على إذن خطى مسبق من المدير العام، ولا يجوز نشر ما يتم جمعه من بيانات إحصائية وفقاً لهذه الفقرة إلا بإذن منه، ويشترط فى جميع الأحوال موافاة المديرية العامة بنسخ من البيانات الإحصائية المشار إليها.

مادة (٦): على جميع الجهات الحكومية والشركات والمؤسسات والأفراد الالتزام بتقديم جميع البيانات التى تطلبها المديرية العامة والتعاون معها فى اتمامها على أكمل وجه بما يطابق الحقيقة بالكيفية وفى المواعيد التى تحددها المديرية العامة، وتستثنى وزارة الدفاع والجهات الأمنية الأخرى ما عدا الجمارك من تقديم البيانات عدا ما تسمح به بإذن كتابى خاص.

مادة (٧): على سلطات الأمن العام أن تساعد المكلفين بإجراء الإحصاء أو التعداد بما يكفل تأديتهم مهمتهم على أكمل وجه إذا طلب منهم ذلك.

مادة (٨): تعتبر جميع البيانات الفردية وفقاً لأحكام هذا القانون والتى تتعلق بأى إحصاء أو تعداد سرية ولا يجوز اطلاع أى فرد أو هيئة عامة أو خاصة عليها، كما لا يجوز استخدامها لغير الأغراض الإحصائية ولا نشرها إلا بصورة تجميعية وفقاً للأصول الإحصائية الفنية إلا بمقتضى إذن كتابى من ذوى الشأن.

وكذلك لا يجوز استخدام أى بيان إحصائى فردى لترتيب أى عبء مالى ولا يجوز اتخاذه دليلاً على جريمة أو أساساً لأى إجراء أو تصرف قانونى.

مادة (٩): مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد يقررها قانون آخر يعاقب بالسجن لمدة ستة أشهر أو بغرامة مالية قدرها خمسمائة ريال عمانى أو بالعقوبتين معاً:

أ - كل من أخل بسرية البيانات الإحصائية الفردية.

ب- كل من حصل بطريق الغش أو التهديد على بيانات إحصائية فردية تتمتع بالسرية ووفقاً لأحكام هذا القانون.

ج- كل من جمع أو نشر بيانات أو مسوحاً إحصائية أو تعدادات غير صحيحة مع علمه بذلك.

د - كل من نشر أو تسبب فى نشر إحصاءات أو تعدادات غير صحيحة مع علمه بذلك.

هـ- كل من عطل عمداً عملاً من أعمال الإحصاء أو المسوح أو التعدادات المعتمدة فى خطة عمل المديرية العامة.

وتكون العقوبة السجن مدة لا تزيد على ثلاثة شهور أو غرامة لا تزيد على ثلاثمائة ريال عمانى لكل من امتنع عن الإدلاء بالبيانات المطلوبة وفقاً لأحكام هذا القانون، أو أدلى ببيانات غير صحيحة مع علمه بذلك، ويعتبر فى حكم الممتنع كل من لا يقدم البيانات المطلوبة خلال الموعد المعين لذلك ما لم يثبت أن التأخير كان بعذر مقبول.

النموذج السابع
نموذج موافقة رسمية لإجراء
استطلاع الرأى العام

الأهداف:

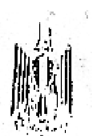
فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١ـ يحدد الجهات المنوط بها استخراج الموافقات الخاصة بعمليات استطلاع الرأى العام .

٢ـ يذكر المقصود بأمن المعلومات وأهميتها .

٣ـ يذكر الخطورة المترتبة على جمع الاستقصاءات دون موافقة مسبقة .

٤ـ يذكر العناصر المكونة لموافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء كما وردت بالمواد المختلفة من القرار .



الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء

قرار رئيس الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء
بالتفويض
رقم (١٣٥٥) لسنة ٢٠٠٣

في شأن قيام مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة بالتعاون مع جمعية سيدات الأعمال بمحافظة الإسكندرية – بإجراء بحث ميداني بعنوان (واقع عمل المرأة في الصناعات الصغيرة والمتوسطة وآفاقه المستقبلية).

رئيس **قطاع الأمانة العامة**

- بعد الاطلاع على القرار الجمهوري رقم ٢٩١٥ لسنة ١٩٦٤ في شأن انشاء وتنظيم الجهاز
- وعلى قرار رئيس الجهاز رقم (٢٣١) لسنة ١٩٦٨ في شأن اجراء الاحصاءات والتعدادات والاستفتاءات والاستقصاءات.
- وعلى موافقة السيد / رئيس الجهاز بتاريخ ١٩٩٨/٧/٧ في شأن تفويض السيد / رئيس قطاع الأمانة العامة في اعتماد القرارات الخاصة بأمن المعلومات.

وعلى كتاب كلية الإعلام جامعة القاهرة الوارد للجهاز ١٠/ ١٢/ ٢٠٠٣

قـــــــرر

مادة ١: يقوم مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة بالتعاون مع جمعية سيدات الأعمال بمحافظة الإسكندرية – بإجراء البحث الميداني المشار إليه بعالية.

مادة ٢: يجرى هذا البحث الميداني على عينة حجمها (٢٠٠) مائتي سيدة من صاحبات المشروعات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة الإسكندرية.

وبشرط موافقة مفردات العينة – مع مراعاة إن البيانات الفردية سرية بحكم القانون وعدم استخدام البيانات التي يتم جمعها إلا لأغراض هذا البحث الميداني فقط.

مادة ٣: تجمع البيانات اللازمة هذا البحث الميداني طبقا للاستمارة المعدة لهذا الغرض والمعتمدة من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء وعدد صفحاتها (١٦) ستة عشر صفحة

وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ صدور هذا القرار

مادة ٤: لا يتم البدء في تنفيذ إجراءات هذا البحث الميداني ميدانيا إلا بعد صدور هذا القرار.

مادة ٥: يوافي الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء فورا بنسختين من النتائج الأولية لهذا البحث الميداني ثم يوافي بنسختين من النتائج النهائية لهذا البحث الميداني كاملة فور الانتهاء من إعدادها.

مادة ٦: يلتزم مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة قبل اجراء هذا البحث الميداني ميدانيا بإبلاغ الادارة العامة للإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية بصورة من هذا القرار وقبل البدء في التنفيذ مرفقا بها أسماء القائمين بالبحث الميداني وتاريخ البدء والانتهاء الفعليين للبحث الميداني

مادة ٧: يلتزم مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة بضرورة موافاتنا بنسختين من هذا البحث الميداني بعد الانتهاء منها وقبل النشر.

مادة ٨: ينشر هذا القرار بالوقائع المصرية.

صدر في : ٢٠٠٣/١٢/٢٠

سامي حسن فياض

الوقائع المصرية - العدد ١٩٥ فى ٣١ أغسطس سنة ١٩٨٦

الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء

قرار رقم ٧٤٧ لسنة ١٩٨٦ (بالتفويض)

بشأن قيام السيدين الدكتور/ عاطف عدلى العبد والدكتور/ عدلى سيد محمد رضا بإجراء بحث ميدانى فى موضوع "القناة الثالثة كما يريدها سكان القاهرة الكبرى"

رئيس قطاع الإحصاء

بعد الاطلاع على القرار الجمهورى رقم ٢٩١٥ لسنة ١٩٦٤ بشأن إنشاء وتنظيم الجهاز، وعلى قرار رئيس الجهاز رقم ٢٣١ لسنة ١٩٦٨ بشأن إجراء الإحصاءات والتعدادات والاستفتاءات والإستقصاءات.

وعلى قرار رئيس الجهاز رقم ٢٢٥ لسنة ١٩٨٤؛

وعلى قرار رئيس الجهاز رقم ٨٤ لسنة ١٩٨٥؛

وعلى قرار رئيس الجهاز رقم ١٥٠ لسنة ١٩٨٥؛

وعلى كتاب كلية الإعلام - جامعة القاهرة الوارد للجهاز بتاريخ ٣/٣١/ ١٩٨٦؛

قـــرر:

مادة ١- يقوم السيدان الدكتور/ عاطف عدلى العبد والدكتور/ عدلى سيد محمد رضا بإجراء البحث الميدانى المشار إليه بعاليه.

مادة ٢- يجرى هذا البحث على عينة حجمها ٥٠٠ مفردة من المواطنين بمحافظات القاهرة والجيزة والقليوبية مع استبعاد البيانات الشخصية عن المستقصى منهم وبشرط موافقتهم.

مادة ٣- تُجمع البيانات اللازمة لهذا البحث طبقاً للاستمارة المعدة لهذا الغرض والمعتمدة من الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء وعدد صفحاتها

(١٣ صفحة) وذلك خلال عام، وعلى أن يوافى الجهاز بصورة من النتائج النهائية لهذا البحث فور الانتهاء منه.

مادة ٤- يلتزم الباحثان بإبلاغ السادة مديرى مديريات الأمن التابعة لوزارة الداخلية بمحافظات القاهرة والجيزة والقليوبية بصورة من هذا القرار قبل البدء فى التنفيذ مرفقاً بها أسماء القائمين بالبحث ميدانياً وتاريخ البدء والانتهاء الفعليين للبحث الميدانى.

مادة ٥- لا يتم البدء فى تنفيذ إجراءات البحث الميدانى إلا بعد صدور هذا القرار.

مادة ٦- ينشر هذا القرار بالوقائع المصرية؛

صدر فى ١٩٨٦/٧/٣

عبد السلام سلطان

النموذج الثامن

نموذج صحيفة استقصاء

للرأى العام حيال موضوع إعلامى

الأهداف :

في نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن :

١ـ يذكر مكونات صحيفة الاستقصاء التى تستخدم فى استطلاع الرأى العام من حيث الشكل .

٢ـ يعدد أسئلة الاستطلاع من حيث المضمون .

٣- يعرف عملية ترميز الأسئلة معطياً ثلاثة أمثلة توضحها .

٤ـ يذكر مكونات صفحة الغلاف.

كلية الإعـلام
مركز بحوث الرأى العام

بالتعاون مع

الجمعية المركزية للإعلام والبيئة

تقييم الجمهور للمضمون الإعلامى البيئى بإقليم الدلتا واحتياجاته المستقبلية

دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور بإقليم الدلتا

– ٢ –

إذاعة وسط الدلتا والقناة السادسة

يجرى هذا البحث بموافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء وجميع البيانات سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمى فقط

يناير ٢٠٠٤

المحور الأول: تقييم الجمهور للمضامين البيئية الصحفية:

(أ) الصحف العامة:

س١- هل تقرأ الصحف؟

١- نعم انتقل إلى س٢

٢- لا انتقل إلى س١٥

س٢- ما هى الصحف المصرية العامة التى تحرص على قراءتها؟

١- الأهرام

٢- الأخبار

٣- الجمهورية

٤- أخبار اليوم

٥- المساء

٦- الأهرام المسائى

٧- صحف حزبية تذكر

٨- صحف مستقلة تذكر

٩- أخرى تذكر

س٣- ما درجة متابعتك للتغطية الصحفية لقضايا البيئة ومشكلاتها من خلال الصحف المصرية العامة؟

١- دائماً.

٢- أحياناً.

٣- لا أتابع.

س٤- هل تستفيد من متابعتك للتغطية الصحفية لقضايا البيئة ومشكلاتها من خلال الصحف المصرية العامة؟

١- استفيد } انتقل إلى س٥

٢- استفيد إلى حد ما }

٣- لا أستفيد انتقل إلى س٦

س٥- ما هى جوانب الاستفادة من متابعتك للتغطية الصحفية لقضايا البيئة ومشكلاتها فى الصحف المصرية العامة؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة .
٢- معرفة أنواع تلوث البيئة المختلفة وأسبابها وطرق مكافحتها.
٣- معرفة الاضرار المترتبة على تلوث البيئة .
٤- معرفة القوانين البيئية المختلفة.
٥- معرفة طرق وأساليب الحفاظ على البيئة.
٦- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.
٧- مجالات أخرى للاستفادة تذكر: ________________ .

س٦- هل لديك مقترحات لتطوير التغطية الصحفية لقضايا البيئة فى الصحف العامة؟

١- لا
٢- نعم مثل:
١- ________________ .
٢- ________________ .
٣- ________________ .

(ب) الصحف الإقليمية:

س٧- هل تقرأ الصحف الإقليمية؟

١- دائماً } انتقل إلى س٨
٢- أحياناً }
٣- لا } انتقل إلى س١٥

س٨- ما هى الصحف الإقليمية التى تقرأها مما يصدر فى إقليم الدلتا مما يلى:

١- هنا الاسكندرية
٢- صوت الإسكندرية
٣- القليوبية
٤- أخبار الغربية
٥- رأى الشباب
٦- الشراقوه
٧- المنوفية
٨- البحيرة
٩- كفر الشيخ
١٠- أنباء دمياط
١١- السفير (الإسكندرية)
١٢- الوفاق (دقهلية)
١٣- الرسالة الجديدة (المنوفية)
١٤- صوت المنوفية
١٥- البحراوية
١٦- وفد الدلتا
١٧- الناس
١٨- صوت الشرقية
١٩- أخرى تذكر

س٩- من وجهة نظرك هل تهتم الصحف الإقليمية التى تصدر فى محافظتك بقضايا البيئة ومشكلاتها ؟

١- تهتم

٢- تهتم إلى حد ما

٣- لا تهتم

س١٠- هل تستفيد من متابعتك للموضوعات الصحفية التى تتناول قضايا البيئة بالصحف الإقليمية التى تقرأها ؟

١- استفيد } انتقل إلى س١١

٢- استفيد إلى حد ما }

٣- لا أستفيد انتقل إلى س١٢

س١١- ما هى جوانب الاستفادة من متابعتك للتغطية الصحفية لقضايا البيئة فى الصحف الإقليمية التى تقرأها ؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة.

٢- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بإقليم الدلتا عامة ومحافظتى خاصة.

٣- معرفة أنواع التلوث البيئى وأسبابها وطرق مكافحتها.

٤- معرفة الأضرار المترتبة على تلوث البيئة.

٥- معرفة القوانين البيئية المختلفة.

٦- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.

٧- معرفة جهود جمعيات حماية البيئة فى محافظتى.

٨- مجالات أخرى تذكر.

س١٢- ما هى أسباب عدم استفادتك من متابعتك للتغطية الصحفية لقضايا البيئة فى الصحف الإقليمية التى تقرأها ؟

١- استخدامها مصطلحات علمية غامضة بدون شرحها.

٢- لا تقدم نماذج وصوراً توضيحية للمعلومات البيئية.

٣- تناولها قضايا البيئة بشكل مثالى يصعب تطبيقه واقعياً.

٤- أخرى تذكر: ________________ .

س١٣- ما هى الأشكال الصحفيـة التى تفضل أن تقدم الصحف الإقليمية من خلالها قضايا البيئة ومشكلاتها؟

١- خبر.

٢- مقال.

٣- حديث صحفى.

٤- تحقيق صحفى.

٥- ندوة.

٥- إعلان.

٧- كاريكاتير

٨- شكل آخر يذكر: ____________________ .

س١٤- هل لديك مقترحات لتطوير التغطية الصحفية لقضايا البيئة فى الصحف الإقليمية؟

١- لا

٢- نعم وهى: ١- ____________________ .

٢- ____________________ .

٣- ____________________ .

المحور الثانى: تقييم الجمهور للمضامين البيئية الإذاعية:

(أ) الإذاعات المركزية:

س١٥- هل تستمع إلى الإذاعة؟

١- نعم انتقل إلى س١٦

٢- لا انتقل إلى س٣٣

س١٦- ما هى الإذاعات المصرية العامة التى تحرص على الاستماع إليها مما يلى:

١- إذاعة البرنامج العام.

٢- إذاعة الشرق الأوسط.

٣- إذاعة القرآن الكريم

٤- البرنامج الثقافى.

٥- إذاعة الشباب والرياضة

٦- إذاعة الكبار

٧- إذاعة الأغانى.

٨- إذاعة مصرية أخرى تذكر: __________ .

س١٧- ما درجة متابعتك للبرامج الإذاعية التى تتناول البيئة فى الإذاعات المصرية العامة التى تستمع إليها ؟

١- دائماً.

٢- أحياناً.

٣- لا.

س١٨- هل تستفيد من متابعتك للبرامج الإذاعية التى تتناول البيئة فى الإذاعات المصرية العامة التى تستمع إليها ؟

١- استفيد } انتقل إلى س١٩

٢- استفيد إلى حد ما } انتقل إلى س١٩

٣- لا أستفيد انتقل إلى س٢٠

س١٩- ما هى جوانب الإستفادة من متابعتك للتغطية الإذاعية لقضايا البيئة فى الإذاعات المصرية العامة التى تستمع إليها ؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة.

٢- معرفة أنواع تلوث البيئة المختلفة وأسبابها وطرق مكافحتها.

٣- معرفة القوانين البيئية المختلفة.

٤- معرفة طرق وأساليب الحفاظ على البيئة.

٥- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.

٦- مجالات أخرى للاستفادة تذكر: ____________ .

س٢٠- هل لديك مقترحات لتطوير التغطية الإذاعية لقضايا البيئة فى الإذاعات المصرية العامة التى تستمع إليها ؟

١- لا.

٢- نعم وهى:

١- ____________________.

٢- ____________________.

٣- ____________________.

(ب) الإذاعة الإقليمية:

س٢١- هل تستمع إلى إذاعة وسط الدلتا ؟

١- دائماً. } انتقل إلى س٢٢
٢- أحياناً. }
٣- لا. انتقل إلى س٣٣

س٢٢- وبشكل عام ما درجة متابعتك للبرامج التى تتناول البيئة فى إذاعة وسط الدلتا ؟

١- دائماً. } انتقل إلى س٢٣
٢- أحياناً. }
٣- لا. انتقل إلى س٢٩

س٢٣- ما هى أكثر البرامج البيئية التى تحرص على متابعتها مما تقدمه إذاعة وسط الدلتا ؟

١- برنامج: أصدقاء البيئة.
٢- برنامج: حراس الجمال.
٣- برنامج: أخطار تهدد البيئة.
٤- برنامج: البيئة والتنمية.
٥- برنامج: اللقاء المفتوح (حلقة البيئة).
٦- برنامج:
٧- برنامج:

س٢٤- وما أفضل برنامج عالج قضايا البيئة من وجهة نظرك بإذاعة وسط الدلتا ؟

- ________________________________ .

س٢٥- هل ترى أن التغطية الإذاعية لقضايا البيئة فى إذاعة وسط الدلتا كافية؟

١- كافية
٢- كافية إلى حد ما.
٣- غير كافية.

س٢٦- هل تستفيد من متابعتك لبرامج البيئة التى تقدمها إذاعة وسط الدلتا ؟

١- أستفيد } انتقل إلى س٢٧
٢- أستفيد إلى حد ما }
٣- لا أستفيد انتقل إلى س٢٨

س٢٧- ما هى جوانب الاستفادة من متابعتك لبرامج البيئة بإذاعة وسط الدلتا ؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة.

٢- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها فى إقليم الدلتا عامة ومحافظتى خاصة.

٣- معرفة أنواع التلوث البيئى وأسبابها وطرق مكافحتها.

٤- معرفة الأضرار المترتبة على تلوث البيئة.

٥- معرفة القوانين البيئية المختلفة.

٦- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.

٧- معرفة جهود جمعيات حماية البيئة فى محافظتى.

٨- مجالات أخرى.

س٢٨- ما هى أسباب عدم استفادتك من متابعتك لبرامج البيئة بإذاعة وسط الدلتا ؟

١- استخدامها مصطلحات علمية غامضة بدون شرحها.

٢- لا تقدم نماذج وأمثلة توضيحية للمعلومات البيئية التى تقدمها.

٣- تناولها قضايا البيئة بشكل مثالى يصعب تطبيقه واقعياً.

٤- أخرى تذكر: ــــــــــــــــــــــــ .

س٢٩- هل تعرف معلومات عن البيئة من مواد أخرى تقدمها إذاعة وسط الدلتا ؟

١- نعم
٢- أحياناً. } انتقل إلى س٣٠

٣- لا انتقل إلى س٣١

س٣٠- ما هى البرامج والمواد الإذاعية الأخرى التى تعرف منها معلومات بيئية غير برامج البيئة مما تقدمه إذاعة وسط الدلتا ؟

١- نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية

٢- برامج المنوعات

٣- البرامج الثقافية

٤- البرامج الدينية

٥- برامج المرأة

٦- البرامج الجماهيرية

٧- إعلانات التوعية

٨- برامج الأطفال

٩- برامج الشباب

١٠- برامج المسابقات

١١- الدراما الإذاعية

١٢- برامج أخرى تذكر: ــــــــ .

انتقل إلى س٣١

س٣١- ما هى الأشكال الإذاعية التى تفضلها فى عرض قضايا البيئة ومشكلاتها فى إذاعة وسط الدلتا ؟

١- الحديث المباشر
٢- الحوار الإذاعى
٣- التحقيق الإذاعى
٤- المجلة الإذاعية
٥- برامج المنوعات
٦- برامج المسابقات
٧- الدراما الإذاعية
٨- إعلانات التوعية
٩- أشكال أخرى تذكر: ____________ .

س٣٢- هل لديك مقترحات لتطوير التغطية الإذاعية لقضايا البيئة فى إذاعة وسط الدلتا ؟

١- لا.
٢- نعم وهى:
١- ____________________________.
٢- ____________________________.
٣- ____________________________.

المحور الثالث: تقييم الجمهور للمضامين التليفزيونية البيئية:

(أ) القنوات التليفزيونية العامة:

س٣٣- هل تشاهد القنوات التليفزيونية المصرية العامة؟

١- نعم انتقل إلى س٣٤
٢- لا. انتقل إلى س٣٩

س٣٤- ما هى القنوات التليفزيونية المصرية العامة التى تحرص على مشاهدتها ؟

١- القناة الأولى.
٢- القناة الثانية.
٣- قنوات فضائية تذكر: ____________ .

س٣٥- ما درجة متابعتك للبرامج التليفزيونية التى تتناول البيئة فى القنوات التليفزيونية المصرية العامة؟

١- دائماً

٢- أحياناً.

٣- لا

س٣٦- هل تستفيد من متابعتك للبرامج التليفزيونية التى تتناول البيئة فى القنوات التليفزيونية العامة؟

١- أستفيد } انتقل إلى س٣٧

٢- أستفيد إلى حد ما } انتقل إلى س٣٧

٣- لا أستفيد انتقل إلى س٣٨

س٣٧- ما هى جوانب الاستفادة من متابعتك للتغطية التليفزيونية لقضايا البيئة فى القنوات التليفزيونية العامة؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة.

٢- معرفة أنواع تلوث البيئة المختلفة وأسبابها وطرق مكافحتها.

٣- معرفة القوانين البيئية المختلفة.

٤- معرفة طرق وأساليب الحفاظ على البيئة.

٥- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.

٦- مجالات أخرى للاستفادة تذكر: ______________ . انتقل إلى س٣٨

س٣٨- هل لديك مقترحات لتطوير التغطية التليفزيونية لقضايا البيئة فى القنوات التليفزيونية العامة التى تشاهدها؟

١- لا.

٢- نعم وهى:

١- ______________________________.

٢- ______________________________.

٣- ______________________________.

(ب) القناة الإقليمية:

س٣٩- هل تشاهد القناة السادسة؟

١- دائماً. } انتقل إلى س٤٠
٢- أحياناً. }
٣- لا. انتقل إلى س٥١

س٤٠- وبشكل عام ما درجة متابعتك للبرامج التى تتناول البيئة فى القناة السادسة؟

١- دائماً. } انتقل إلى س٤٠
٢- أحياناً. }
٣- لا. انتقل إلى س٥١

س٤١- ما هى أكثر برامج البيئة التى تحرص على متابعتها مما تقدمه القناة السادسة؟

١- برنامج: يوم مشرق.
٢- برنامج: شمس الاصيل (فقرة البيئة).
٣- برنامج: خير بلدنا.
٤- برنامج: النادى الثقافى .
٥- برنامج: ____________ .

س٤٢- ما أفضل برنامج عالج قضايا البيئة من وجهة نظرك بالقناة السادسة؟

- ____________ .

س٤٣- هل ترى أن التغطية التليفزيونية لقضايا البيئة فى القناة السادسة كافية؟

١- كافية.
٢- كافية إلى حد ما.
٣- غير كافية.

س٤٤- هل تستفيد من متابعتك لبرامج البيئة التى تقدمها القناة السادسة؟

١- أستفيد } انتقل إلى س٤٥
٢- أستفيد إلى حد ما }
٣- لا أستفيد انتقل إلى س٤٦

س٤٥- ما هى جوانب الاستفادة من متابعتك لبرامج البيئة بالقناة السادسة؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة.

٢- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها فى إقليم الدلتا عامة ومحافظتى خاصة.

٣- معرفة أنواع التلوث البيئى وأسبابها وطرق مكافحتها.

٤- معرفة الأضرار المترتبة على تلوث البيئة.

٥- معرفة القوانين البيئية المختلفة.

٦- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.

٧- معرفة جهود جمعيات حماية البيئة فى محافظتى.

٨- مجالات أخرى تذكر.

س٤٦- ما هى أسباب عدم استفادتك من متابعتك لبرامج البيئة بالقناة السادسة؟

١- استخدامها مصطلحات علمية غامضة بدون شرحها.

٢- لا تقدم نماذج وصوراً توضيحية للمعلومات البيئية.

٣- تناولها قضايا البيئة بشكل مثالى يصعب تطبيقه واقعياً.

٤- أخرى تذكر: ________________ .

س٤٧- هل تعرف معلومات عن البيئة من مواد وبرامج أخرى تقدمها القناة السادسة؟

١- نعم. } انتقل إلى س٤٨

٢- أحياناً. }

٣- لا. انتقل إلى س٤٩

س٤٨- ما هى البرامج والمواد التليفزيونية الأخرى التى تعرف منها معلومات بيئية غير برامج البيئة مما تقدمه القناة السادسة؟

١- نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية ٨- برامج الشباب

٢- برامج المنوعات ٩- برامج المسابقات

٣- البرامج الثقافية ١٠- الدراما الإذاعية

٤- البرامج الدينية ١١- البرامج التسجيلية

٥- برامج المرأة ١٢- إعلانات التوعية

٦- البرامج الجماهيرية ١٣- برامج أخرى تذكر: ________ .

٧- برامج الأطفال انتقل إلى س٤٩

س٤٩: ما هى الأشكـال التليفزيونية التى تفضلها فى عـرض قضايا البيئة ومشكلاتها فى القناة السادسة؟

١- حديث مباشر
٢- برنامج حوارى
٣- سؤال وجواب
٤- برنامج مسابقات
٥- رسائل توعية
٦- القالب التسجيلى
٧- القالب الدرامى
٨- الندوة
٩- تحقيق تليفزيونى
١٠- مجلة تليفزيونية
١١- شكل آخر يذكر: ______ .

س٥٠: هل لديك مقترحات لتطوير التغطية التليفزيونية لقضايا البيئة فى القناة السادسة؟

١- لا
٢- نعم وهى: ١- ______ .
٢- ______ .
٣- ______ .

س٥١: حدد بالترتيب أى الوسائل الإعلامية العامة اعتمدت عليها أكثر فى الحصول على معلوماتك عن قضايا البيئة ومشكلاتها؟

* الوسائل الإعلامية العامة	الترتيب
١- الإذاعات المصرية العامة.	
٢- القنوات التليفزيونية المصرية العامة.	
٣- الصحف المصرية العامة.	

س٥٢: حدد بالترتيب أى الوسائل الإعلامية الإقليمية اعتمدت عليها أكثر فى الحصول على معلوماتك عن قضايا البيئة ومشكلاتها؟

* الوسائل الإعلامية الإقليمية	الترتيب
١- الصحف الإقليمية.	
٢- الإذاعة الإقليمية.	
٣- القناة الإقليمية.	

س٥٣: ما هى - من وجهة نظرك - أهم المشكلات البيئية فى محافظتك وترى ضرورة أن تهتم بها وسائل الإعلام الإقليمية؟

١- ________________________.
٢- ________________________.
٣- ________________________.
٤- ________________________.
٥- ________________________.
٦- ________________________.
٧- ________________________.
٨- ________________________.

س٥٤: ما هى مقترحاتك لتفعيل الدور الإعلامى الإقليمى فى خدمة القضايا البيئية الخاصة بمحافظتك؟

١- إلقاء الضوء على النماذج والتجارب الناجحة فى مجال الحفاظ على البيئة محلياً وعربياً وعالمياً.
٢- تبسيط المعلومات البيئية وتقويمها من خلال أشخاص متخصصين فى البيئة.
٣- زيادة مشاركة الجمهور فى المضامين البيئية الإعلامية.
٤- تنويع الأشكال الإعلامية التى تعالج قضايا البيئة ومشكلاتها.
٥- اهتمام البرامج والمواد الإعلامية بقضايا البيئة الريفية ومشكلاتها.
٦- تقديم نصائح واقعية للحفاظ على البيئة وحمايتها.
٧- زيادة الاهتمام بالمضمون البيئى فى وسائل الإعلام الإقليمية.
٨- توظيف المواد الإعلامية المختلفة للاهتمام بقضايا البيئة ومشكلاتها.
٩- الاهتمام بدور المرأة فى الحفاظ على البيئة وحمايتها.
١٠- توظيف الدراما فى التعريف بقضايا البيئة ومشكلاتها.
١١- عرض المواد البيئية الإذاعية والتليفزيونية فى الفترات التى تحظى بمعدلات استماع ومشاهدة أعلى.
١٢- زيادة مشاركة المتخصصين فى القضايا البيئية فى تقديم المواد البيئية لمقدرتهم على الإقناع بقضايا البيئة ومشكلاتها.
١٣- معالجة المشكلات البيئية المحلية وتقديم الحلول لها.
١٤- أخرى تذكر: ________________.

المحور الرابع: التكامل بين وسائل الإعلام والاتصال المباشر:

س٥٥- هل سبق لك حضور محاضرة أو ندوة حول قضايا البيئة ومشكلاتها؟

١- نعم. انتقل إلى س٥٦

٢- لا. انتقل إلى س٥٩

٣- لا يتذكر. انتقل إلى س٥٩

س٥٦- وأين عُقدت هذه المحاضرات أو الندوات؟

١- مركز الإعلام الداخلى التابع للهيئة العامة للاستعلامات.

٢- مركز النيل للإعلام والتعليم والاتصال.

٣- فى إحدى الجمعيات الأهلية.

٤- فى أحد نوادى ومراكز الشباب.

٥- فى أحد الأحزاب.

٦- فى إحدى دور العبادة: (المساجد أو الكنائس).

٧- فى إحدى المدارس أو الكليات أو المعاهد التعليمية.

٨- فى المجلس المحلى.

٩- أخرى تذكر: ______________________ .

س٥٧- وما أكثر شيء أعجبك فى هذه المحاضرات أو الندوات؟

١- شخصية المحاضرين.

٢- التفاعل بين المحاضرين والجمهور.

٣- أهمية الموضوعات والقضايا البيئية التى تناولها المحاضرون.

٤- التركيز الواضح على القضايا والمشكلات البيئية المحلية.

٥- أخرى تذكر: ______________________ .

س٥٨- ما جوانب الاستفادة من حضورك هذه المحاضرات والندوات؟

١- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بصفة عامة.

٢- معرفة قضايا البيئة ومشكلاتها بإقليم الدلتا عامة ومحافظتى خاصة.

٣- معرفة أنواع التلوث البيئى وأسبابها وطرق مكافحتها.

٤- معرفة الأضرار المترتبة على تلوث البيئة.

٥- معرفة القوانين البيئية المختلفة.

٦- معرفة جهود الدولة ومختلف المؤسسات فى مجال البيئة.

٧- معرفة جهود حماية جمعيات البيئة فى محافظتى.

٨- إجابة أخرى تذكر. انتقل إلى س٥٩

س٥٩- مقياس الوعى البيئى:

اقرأ الأسئلة التالية على المبحوث ثم يختار الإجابة الصحيحة-من خلال معلوماته- من بين البدائل الأربعة لكل سؤال:

١- تسبب غازات الكلوروفلورو كربون المتصاعدة من البخاخات والتكييفات ظاهرة:

(أ) الصوبة الزجاجية.

(ب) تخلخل طبقة الأوزون.

(جـ) المطر الحمضى.

(د) انقراض الكائنات.

٢- لحل مشكلة استنزاف الموارد يجب:

(أ) منع استهلاكها لفترة طويلة.

(ب) خفض استهلاك بعضها.

(جـ) إنتاج واستخدام بدائل أخرى.

(د) منع استهلاكها حفاظاً عليها.

٣- أهم أسباب زيادة حجم المخلفات الصلبة:

(أ) التوسع فى إنشاء المدن الجديدة.

(ب) التنمية الاقتصادية.

(جـ) التوسع فى الزراعات بالمناطق الصحراوية.

(د) تغير النمط الاستهلاكى للإنسان.

٤- يمكن أن تحدث المفاعلات النووية تلوث:

(أ) كهرومغناطيسى.

(ب) إشعاعى.

(جـ) حرارى.

(د) ضوئى.

٥- التلوث البيئي هو:

(أ) اتزان النظام البيئى.

(ب) تعقد النظام البيئى.

(جـ) الاختلال بالنظام البيئى.

(د) أهم خصائص النظام البيئى.

٦- من أكثر أنواع الضوضاء تأثيراً في الناس:

(أ) المتوقع حدوثها.

(ب) غير المتحكم فيها.

(جـ) المستمرة لفترة.

(د) الصادرة عن المؤسسات.

٧- يرجع العلماء تغيرات المناخ إلى :

(أ) سقوط الشهب والنيازك بشكل متواتر.

(ب) التلوث الناتج عن فضلات الإنسان.

(جـ) ارتفاع درجة حرارة الشمس عما قبل.

(د) التلوث الناتج عن العمليات الصناعية.

٨- من أهم أسباب انقراض الأنواع:

(أ) الصيد والقنص من جانب الإنسان.

(ب) الظروف الجوية التى تتعرض لها الكائنات.

(جـ) بعض ملوثات الهواء الجوى.

(د) استهلاك بعض الموارد من جانب الإنسان.

٩- يؤدي استخدام المكافحة البيولوچية في القضاء على الآفات إلى :

(أ) زيادة تلوث التربة.

(ب) الحد من الإنتاج الزراعى.

(جـ) الحد من تلوث التربة.

(د) حدوث تطور فى حجم الآفة.

١٠- تتضمن البيئة الأيكولوچية:

(أ) الموارد الطبيعية.

(ب) الموارد الصناعية.

(جـ) المحيط الاجتماعى.

(د) المحيط الثقافى.

١١- يتكون النظام البيئي من:

(أ) الكائنات الحية فى مكان ما.

(ب) الكائنات غير الحية فى مكان ما.

(جـ) الكائنات الدقيقة فى مكان ما.

(د) الكائنات الحية والمواد غير الحية فى مكان ما.

١٢- من أهم أسباب مشكلة استنزاف الموارد:

(أ) حدوث التصحر.

(ب) السلوك الإنسانى نحوها.

(جـ) تغيرات المناخ الحالية.

(د) ظاهرة الدفء العالمى.

١٣- من أشد الملوثات لنهر النيل:

(أ) إلقاء المخلفات الورقية.

(ب) الأسماك التى تموت.

(جـ) الطحالب الخضراء والبنية.

(د) صرف مياه النشاط الصناعى.

١٤- تتدهور التربة بفضل:

(أ) تلوث الهواء والماء.

(ب) تجريف الطبقة السطحية.

(جـ) حرق قش الأرز بها.

(د) الأسمدة العضوية.

١٥- تُعد اقامة المحميات الطبيعية وسيلة:

(أ) للسياحة والترفيه.

(ب) لإجراء مزيد من التجارب على الحيوانات.

(جـ) لحماية الأنواع من الانقراض.

(د) لحماية الأنواع من تغيرات المناخ.

١٦- يؤدي استهلاك المزيد من البترول كمصدر للطاقة إلى :

(أ) حرمان الأجيال القادمة من هذا المورد.

(ب) إحراز مزيد من التقدم الصناعى.

(جـ) إحداث تنمية أفضل للجيل الحالى.

(د) قلة استخدام موارد أخرى كمصادر للطاقة.

١٧- تتضمن البيئة الشاملة:

(أ) الجوانب الطبيعية والاجتماعية والمتغيرة.

(ب) الجوانب الطبيعية والثقافية والاقتصادية.

(جـ) الجوانب السياسية والاقتصادية والطبيعية.

(د) الجوانب الحيوية والقانونية والتربوية.

١٨- من مظاهر التصحر:

(أ) الرعى المنتظم والمتنقل.

(ب) تدهور الغطاء النباتى.

(جـ) ترسبات الطمى على الأراضى الزراعية.

(د) ترسبات الطمى على الأراضى الصحراوية.

١٩- من المخلفات الصلبة التي تحدث ضرراً كبيراً للبيئة:

(أ) مخلفات الغذاء.

(ب) مخلفات الورق.

(جـ) مخلفات البلاستيك.

(د) مخلفات الأخشاب.

٢٠- يحدث التلوث داخل المنازل بسبب:

(أ) ضيق الشوارع.

(ب) فتح النوافذ بشكل مستمر.

(جـ) الإضاءة الصناعية.

(د) دهانات الحوائط.

البيانات الشخصية:

س٦٠: الاسم : (اختيارى) **رقم التليفون** : (اختيارى)

س٦١- النوع : ١- ذكر ٢- أنثى

س٦٢- فئات السن:

١- أقل من ٢٠ سنة يذكر

٢- من ٢٠ سنة - لأقل من ٣٠ سنة

٣- من ٣٠ سنة - لأقل من ٤٠ سنة

٤- من ٤٠ سنة - لأقل من ٥٠ سنة

٥- من ٥٠ سنة - لأقل من ٦٠ سنة

٦- من ٦٠ سنة فأكثر

س٦٣- أماكن الإقامة:

١- (الريف) قرية: مركز: محافظة الغربية

٢- (الحضر) مدينة: مركز: محافظة الدقهلية

س٦٤- المستويات التعليمية:

١- حاصل على الشهادة الإعدادية وأقل من الثانوية.

٢- حاصل على الثانوية العامة وما يماثلها وأقل من الجامعى.

٣- حاصل على مؤهل جامعى فأكثر.

س٦٥-المهنة: (تذكر)

شكراً على كريم تعاونك

النموذج التاسع

نموذج تعليمات العمل الميدانى فى استطلاعات وبحوث الرأى العام

الأهداف :

فى نهاية هذا النموذج ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١ـ يذكر عناصر بحوث الرأى العام .

٢ـ يذكر شروط العمل الميدانى .

٣ـ يتعرف على أنـواع الأسئلة التى يسمح بقرا ءة بدائلها ، والأسئلة التى يترك للمبحوث الاسترسال فى الإجابة عنها دون وجود بدائل محددة .

٤ـ يذكر محظورات العمل الميدانى فى استطلاعات وبحوث الرأى العام.

بسم الله الرحمن الرحيم

سلطنة عمان
وزارة الإعلام
المديرية العامة للإعلام
دائرة الدراسات والرأى العام
استطلاعات الرأى العـام (١٩)

تعليمات العمل الميدانى
لدراسة عادات وأنماط مشاهدة
المادة الإخبارية من تليفزيون سلطنة عمان

إعـــداد
الدكتور/ عاطف عدلى العبد
مستشار الرأى العام بوزارة الإعلام
المشرف العلمى للدراسة

بسم الله الرحمن الرحيم

سلطنة عمان
وزارة الإعلام
المديرية العامة للإعلام
دائرة الدراسات والرأى العام

تعليمات العمل الميدانى
لدراسة عادات وأنماط مشاهدة
المادة الإخبارية من تليفزيون سلطنة عمان

أولاً: يتم إجراء الدراسة بصورة فردية (مقابلة فردية).

ثانياً: المقابلة فن يدور حول تهيئة الظروف التى تتيح لفرد البحث أن يقدم بيانات صحيحة، ويتحقق ذلك مثالياً إذا توفرت الثقة بين الباحث والمبحوث، فالناس لا يفتحون قلوبهم إلا لمن وثقوا فيهم، وتتكون **المقابلة من عمليات ثلاث متتابعة** هى: توجيه الأسئلة توجيهاً صحيحاً وذكياً، الحصول على إجابات واضحة ذات معنى، وتسجيل هذه الإجابات تسجيلاً دقيقاً وأميناً.

ولذلك عليك إجراء المقابلة فى جو ودى بأن تبدأ المقابلة بتقديم نفسك والجهة التى تمثلها والبحث الذى تجريه ، وعليك مراعاة ما يلى:

١- عليك أن توجز فى التقديم وأن يكون تقديمك إيجابياً غير مصطنع، لا تلجأ إلى التقديم الطويل والتفسيرات التى لا لزوم لها، إن ذلك يؤدى إلى إثارة فضول المبحوث وربما اشتباهه أيضاً.

٢- طمئن المبحوث أنه عند عرض النتائج فإن الأسماء لا تذكر وأن هذه المقابلة ليست فى أى صورة نوعاً من الامتحان وأنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة.

٣- كن ودوداً منصتاً محايداً ولا تبدى نقداً.

٤- المقابلة الناجحة تعتمد على سيطرة كاملة من جانبك على الأسئلة التى يتضمنها الاستبيان ، ولذلك لابد أن تكون متفهماً لهذه الأسئلة حتى تستطيع أن توجهها فى صورة محادثة بدلاً من أن تقرأها جامدة، ولابد أن تعرف ما هى الأسئلة اللاحقة تفادياً لوقفات الارتباك التى تتعرض لها عند الانتقال من سؤال لآخر.

٥- أمسك بزمام المقابلة فى يديك ولا تشجع الحديث خارج الموضوع.

٦- عليك أن تلتزم بتوجيه كل سؤال بنصه تماماً كما هو فى الاستبيان فكل سؤال سبق تجربته فى الاختبار القبلى Pre-Test ليعبر تماماً عن المعنى المطلوب بأبسط ما يمكن.

٧- اعرف أن الاجتهاد فى تفسير سؤال من جانبك يؤدى إلى التحيز، لأنه لو سمح لكل باحث بأن يغير فى السؤال بما يبدو له أنه أفضل فإنه لا يصبح هناك أساس واحد تقام عليه مقارنات الردود.

٨- ولنفس السبب عليك أن توجه الأسئلة بنفس ترتيبها الوارد فى الاستبيان فكل سؤال يرتبط بما يعقبه برباط ما، ويجب أن يسوى بين أفراد البحث هنا أيضاً.

٩- لا تقترح الإجابة لفرد البحث ؛ أى (لا تضع الكلمات فى أفواه الناس).

١٠- كثيراً ما تواجه إجابة (لا أعرف) ؛ وقد تعنى عدم المعرفة حقيقة، وفى حالات أخرى قد تخفى مجموعة من الاتجاهات الأخرى كالخوف من التحدث، أو الإحجام عن التركيز أو كسب الوقت لحين ترتيب الأفكار أو العجز عن هضم السؤال، لذلك عليك كباحث أن تفرق بين هذه الأنواع من إجابات (لا أعرف).

١١- فى غمرة محاولاتك للحصول من المبحوث على إجابة محددة وإثارة اهتمامه لا تهمل التأثير على الإجابة فى بند من البنود ولا تنسَ سؤالاً بأكمله ، يحدث ذلك أحياناً ،لكن الخطأ الذى لا يغتفر للباحث هو أن ينهى الحالة على أنها اكتملت فى حين يتضمن الاستبيان خطأ أو نقصاً، كذلك اجعل لديك عادة

عـامة هى أن تفحص كل الاستبيان قبل أن تنتهى المقابلة وقبل أن تغادر موقع البحث، واستكمل عملك قبل أن تفارق المبحوث.

١٢- حاذر من التحـيز ؛ ولـذلك ننصـح دائماً بمقابلة المبحوث على انفـراد حتى لا تتأثر آراؤه بوجود ثالـث، واتخاذ الباحـث اتجاهاً وديـاً فى محاولة لتحقيق أوفر قدر من الثقـة، كذلـك عليك كباحث ألا تجعل لتوقعاتـك تأثيـراً على إجاباته، وأن تفصل بين معتقداتـك واهتمامـاتك وبين مـا يعتقـد ويهتم به المبحوث، وألا تفصح تصرفاتك عن رأيك أو اتجاهاتك منعاً من تأثر المبحوث بذلك.

١٣- يوجد بـالاستمـارة **أربعة أنـواع من الأسئلـة: النوع الأول** يحتمل إجابـة واحدة وهى التى يوجد بداخل مربعـاتها ١/، ٢/، ٣/، ومخصص لها عمود واحد بالاستبيـان مثل س١ والإجابة إما تكون ١ أو ٢، أو ٣، أمـا **النوع الثانى** فإن أعمدة الإجابة عنه تحـتمل أكثر مـن إجابة وهى الأسئلة الـتى بداخل مـربعاتها أرقام الأعـمدة وأمـام كل عمـود رقم (١) وعـند المقابلة يوضع عـلامة (صح) أمام العمود الذى يـنطبق على إجابـة المبحوث مثل س٣، أما **النـوع الثالث** من الأسئلة فهـى أسئلة مفتـوحة أو نصف مغلقـة يقوم البـاحث بكتابـة رد المبحوث كـاملاً بالـصيغة الـتى يمليهـا دون صقل منك أو تهـذيب للصيـاغة، مثل س١٢ ويتمثل **النوع الرابع** فى أسئلة أمام أعمدتها مربعات خالية ليضع فيها الباحث ترتـيب للموضـوعـات المطروحة فـى السؤال مثل س٩، وعـليك وضع علامـة (صح) داخل المربع المقـابل للإجابـة التـى تتـفق مع رد المبحـوث وتـرك بـاقـى المربعات بيضاء (لا تضع فيها مثلاً علامة (خطأ)).

١٤- فى ختام المقابلة، وإظهاراً لروح التعاون والود يوجه الباحث السؤال التقليدى: أى خدمـة من وزارة الإعلام وتليفزيـون سلطنة عمـان؟ فإذا كان الـرد بالإيجاب يدون الباحث هذه الرغبة فى دفتـر مذكرات مستقل تمهيداً لتجميع كل الرغبات وإعداد تقرير عنهـا فى نهـاية العـمل الميدانـى لترفقه دائـرة الدراسـات والرأى

العام إلى جهات الاختصاص بالوزارة مع مراعاة ألا يعطى الباحث وعوداً يصعب تحقيقها.

١٥- فى الأسئلة المغلقة لا يقرأ الباحث للمبحوث احتمالات الإجابة المطبوعة إلا إذا كانت مكملة للسؤال كما هو الحال فى س٩ وس١٠ ، إذ المطلوب من المبحوث أن يرتب بعض المعايير.

١٦- لا تستعمل القلم الرصاص واستعمل القلم الجاف الأزرق فى ملء بيانات الاستمارة كما لا تستعمل القلم الأحمر، أو المداد الأحمر، أو الأخضر.

١٧- يقدم كل باحث تقريراً عن سير العمل فى ختام العمل الميدانى اليومى متضمناً السلبيات والإيجابيات، كلما أمكن من خلال الاتصال بمدير دائرة الدراسات والرأى العام أو خبير الرأى العام بالوزارة ، وتذكر أن أرقام هواتف الوزارة ٦٠٣٢٢٢ ورقم هاتف مدير دائرة الدراسات والرأي العام ٦٩٨٩٧٥ مرفق كشف بتوزيع أيام وأماكن الإشراف الميدانى).

ثالثاً: يستخدم البحث عينة الحصص التى درستها وتدربت عليها جيداً وعليك الالتزام بجداول العمل المسلمة لك والتى تتضمن توزيعاً للمفردات المطلوب جمعها بأسلوب الضوابط المرتبطة تبادلياً لمتغيرات: فئات السن، النوع، الجنسية، والمستويات التعليمية ، وعليك أن تستنزل المبحوث الذى جمعت البيانات منه من العدد المطلوب فى كل فئة عمرية حتى تستكمل العينة المطلوبة حتى يكون تركيب الحصة من حيث السن والنوع والجنسية والمستوى التعليمى متناسباً مع تركيبها فى المجتمع الذى تمثله.

وعليك أن تراعى اختيار أحد الشوارع عشوائياً وزيارة كل ثانى منزل فيه – مثلاً- والبحث عن شخص تنطبق عليه السمات المطلوبة فى فرد العينة فى هذه المدينة أو القرية ثم الانتقال إلى أحد الشوارع الجانبية وزيارة ثالث منزل فيه مثلاً ، والبحث عن شخص آخر تنطبق عليه السمات المطلوبة فى فرد آخر من أفراد العينة ، وراعِ دائماً أن تأخذ أفراداً من وظائف ومهن مختلفة

من نـاحيـة وطلاب وطـالبـات من مـراحل تعـليمـيـة مـتعـددة ومختلفـة التخصصات مـن ناحية أخرى ، واختيـار مبحوثين من الحضر والـريف من ناحية ثـالثة ، فهذا الأسلوب الذى يقيد حريتك - إلى حد مـا - يقلل تحيز البـاحث فـى اختيـار الحـالات التـى تـروقه ويـطلق عـليه sudgan العـينـة الاحتمـاليـة ذات الحصص مما يـقلل من الانتـقادات الموجهـة لهـذا النـوع من العينات غـير الاحتمـالية والتـى لا مفر مـن استخدامهـا حتى إجـراء التعداد العام للسكان.

رابعاً: محظورات العمل الميدانى:

١- على الباحث الاعـتذار فى حالـة عدم إمكانه القـيام بهذه المهمـة قبل بدء البحث أو أثناء البحث.

٢- لا يتم تفـويت بعـض الأيام للراحة أملاً فـى تعويـضها فـى أيام لاحقـة إلا بعلم المشرف وبعذر مقبول.

٣- تبـادل العـمل ممنـوع قـطعيـاً، فـيحظـر علـى البـاحثـين القيـام بـأعمـال زملائهم فـالمسئوليـة مشتركـة بين من يعمل ذلك إلا بعـد الاستئذان من المـشرف لإصدار القرار حسب طبيعة الظروف التى تؤدى إلى مثل هذا العمل(*).

(*) لمزيد من التدريب :اقرأ صحيفة الاستقصاء الخاصة بهذا الاستطلاع فى المرجع الآتى:
- عـاطف عـدلى العبد- استـطلاع الرأى العـام حول المـادة الإخباريـة من تليفـزيون سلطنة عمـان. فـى كتـاب: عـاطف عـدلى العبـد. *دراسات فـى الإعلام العمانـى*: المجلد الثـالث (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٥) ص ص ٣٥٥ - ٣٨٤ .

؟

رقم الإيـداع ٣٠١٠ / ٢٠٠٥

I. S.B.N. 977- 223- 959 -0

٢٠٠٥